



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
JORNALISMO

**“COMECE A SE AMAR EM 31 DIAS”:  
A NARRATIVA TESTEMUNHAL SOBRE GORDOFOBIA E  
O DISCURSO DE AUTOESTIMA NOS VÍDEOS DO CANAL  
“ALEXANDRISMOS”**

**JAQUELINE ESTEVES RUIZ**

Rio de Janeiro

2019



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
JORNALISMO

**“COMECE A SE AMAR EM 31 DIAS”:  
A NARRATIVA TESTEMUNHAL SOBRE GORDOFOBIA E  
O DISCURSO DE AUTOESTIMA NOS VÍDEOS DO CANAL  
“ALEXANDRISMOS”**

Monografia submetida à Banca de Graduação  
como requisito para obtenção do diploma de  
Comunicação Social – Jornalismo.

**JAQUELINE ESTEVES RUIZ**

**Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Gibaldi Vaz**

Rio de Janeiro

2019

## FICHA CATALOGRÁFICA

RUIZ, Jaqueline Esteves.

“Comece a se amar em 31 dias”: A narrativa testemunhal sobre gordofobia e o discurso de autoestima nos vídeos do canal “Alexandrismos”. Rio de Janeiro, 2019.

Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo),  
Escola de Comunicação – ECO –, Universidade Federal do Rio de  
Janeiro – UFRJ.

Orientador: Paulo Roberto Gibaldi Vaz

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**TERMO DE APROVAÇÃO**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **“Comece a se amar em 31 dias”**: A narrativa testemunhal sobre gordofobia e o discurso de autoestima nos vídeos do canal **“Alexandrismos”**, elaborada por Jaqueline Esteves Ruiz.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia ...../...../.....

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Gibaldi Vaz  
Pós-Doutor em Ciências Sociais Aplicadas pela University of Illinois at Chicago  
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Dr. Igor Pinto Sacramento  
Doutor em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da UFRJ  
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof(a). Dr(a). Tatiane Cruz Leal Costa  
Doutora em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da UFRJ  
Instituto Nacional de Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia - Fiocruz

Rio de Janeiro

2019

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho ao meu avô Rider, falecido em 2018. Ele pode estar presente na minha formatura do ensino médio, mas não do ensino superior — quando já estava bem adoecido — e nem agora que encerro este ciclo, infelizmente. Agradeço por todo carinho dedicado em vida.

## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar, agradeço a Deus. Só Ele sabe o quanto eu sonhei em entrar na Escola de Comunicação da UFRJ anos atrás, os momentos que fiquei aflita pensando que a vida me levaria por outro caminho e agora estou aqui concluindo o curso. Também agradeço pela força nos momentos difíceis e a renovação de esperança nos bons, cada oportunidade que me apareceu e eu pude aproveitar e cada pessoa que cruzou o meu caminho e, de alguma forma, contribuiu para o meu amadurecimento. Agradeço também pelas coisas que ainda nem sonhei acadêmica e profissionalmente, mas que virão se tiverem de vir.

Agradeço aos meus pais, Rider Ruiz Filho e Rosecler Esteves Ramos, por todo o investimento na minha educação e na minha motivação. Minha mãe, por sempre me incentivar a estudar e mostrar a importância de conquistar a independência através disso, também pelos momentos em que ressaltou a necessidade de às vezes fazermos pausas para cuidar da nossa saúde mental. Meu pai, por todo esforço para me manter em boas escolas a vida toda, mesmo quando passava por situações financeiras difíceis que eu pude acompanhar de perto; e também por todas as conversas de madrugada em que ressaltou a importância de buscar o que nos faça feliz e me lembrou de confiar no processo da vida. Eu reconheço o meu privilégio social enquanto membro de uma sociedade estruturalmente desigual e até mesmo familiar, de ter uma que me apoia nas minhas decisões.

Com nenhuma intenção de vaidade, agradeço a mim mesma. Por toda dedicação em estudar continuamente e, mesmo em alguns momentos insegura da própria capacidade, não deixar de perseverar e muitas vezes conseguir bons resultados nas atividades realizadas com empenho.

Agradeço ao meu orientador por toda a paciência, disposição em me ajudar e por todas as vezes em que aceitou continuar me orientando quando eu precisei adiar a defesa. Apesar de ter feito poucas aulas com ele, julgo um ótimo professor e uma pessoa muito fácil e agradável de se lidar. Sem nenhuma adulação, também agradeço ao professor Igor Sacramento pela oportunidade de em 2015 participar como bolsista voluntária do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic) da Fiocruz com o projeto “As celebridades e a espetacularização do estilo de vida saudável”. Todas as leituras, reuniões e atividades acabaram me influenciando também na escolha deste tema. Agradeço também à professora Tatiane Leal por aceitar de bom grado participar da minha banca de avaliação e à

professora Gabriela Nora e sua monitora, Cibele Pixinine, por me auxiliarem na formatação deste trabalho.

Agradeço à UFRJ pela excelência acadêmica e por resistir em meio a tantos ataques do governo e, infelizmente, de parte da sociedade ao ensino público gratuito e de qualidade. O que eu desejo é que mais pessoas continuem a incomodar ocupando esse espaço, antes tão elitista, e possam se fazer ouvidas. Não posso deixar de agradecer também à UFF, que não foi minha primeira opção no vestibular mas foi meu primeiro contato com o ensino superior, a todas as aulas que tive em Estudos de Mídia com professores que desde o início já estimulavam um pensamento crítico e empático. Apesar de ter ficado apenas um semestre, foi uma experiência que me marcou.

Minha tia Sandra, a quem tenho um carinho especial por sempre compartilhar sua sabedoria e ter um espírito gentil que me inspira. Obrigada por todas as vezes em que me acolheu em sua casa e me ajudou a estudar, aprendendo junto comigo e me ensinando matemática, português, entre outras disciplinas do ensino médio. Agradeço também às minhas avós Maria e Dulcina, mulheres fortes que batalharam na vida, que anos atrás voltaram a estudar mesmo idosas, que possuem uma alma bondosa e acalmam dizendo “vai dar tudo certo” quando veem os netos preocupados.

Por fim, agradeço aos melhores amigos que eu poderia ter, que acompanharam cada “tour” da minha vida universitária e de desenvolvimento da monografia, ouvindo meus áudios e mensagens de texto contando cada “aventura” e sempre me empoderando com palavras boas e de estímulo: minhas amigas-primas Bianca Esteves e Natália Oliveira, Bianca Felizarda, Luiz Filipe Paz, Laila Arêde, Gabriel Nunes e Raíssa Izimara.

## EPÍGRAFE

reduzi meu corpo à estética  
esqueci o trabalho que deu me manter viva  
a cada baque e a cada brecha  
declarei o fracasso de não ser como as outras  
procurei um milagre em toda parte  
ingênua por não conseguir notar  
que o milagre já tinha acontecido

(Rupi Kaur)<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> KAUR,Rupi. **O que o sol faz com as flores**. São Paulo: Planeta do Brasil, 2018.



RUIZ, Jaqueline Esteves. **“Comece a se amar em 31 dias”**: A narrativa testemunhal sobre gordofobia e o discurso de autoestima nos vídeos do canal “Alexandrismos”. Orientador: Paulo Roberto Gibaldi Vaz. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo). Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2019.

## RESUMO

A popularização do Youtube e dos influenciadores digitais contribuiu para que a pessoa vítima de gordofobia (preconceito contra pessoas gordas) utilizasse essa plataforma como um meio de narrar o seu sofrimento e, assim, formar comunidades virtuais e aconselhar outras pessoas com base nos relatos das próprias experiências. Através da análise do discurso de Alexandra Gurgel, dona do canal “Alexandrismos”, este trabalho visa discutir quem é essa vítima, de que forma e com qual objetivo comunica o seu sofrimento, quem aponta como culpados, quais soluções apresenta para a superação do problema, como o público se identifica e se relaciona com seu discurso e quais outros personagens disputam autoridade sobre o tema da autoestima. Para isso, a metodologia deste trabalho consistiu em analisar a playlist de vídeos “Maratona do amor-próprio: comece a se amar em 31 dias”, comentários do público, pesquisa na Biblioteca Nacional de revistas femininas antigas, pesquisa online com a participação de 828 pessoas etc. Para embasar as ideias, Michel Foucault, Georges Vigarello e Manuel Castells compõem a lista de autores utilizados.

**Palavras-chave:** testemunho; gordofobia; autoestima; Youtube.

# SUMÁRIO

1. **INTRODUÇÃO**
2. **INFLUENCIADORES DIGITAIS: OS NOVOS ESPECIALISTAS**
  - 2.1. A Vida Cotidiana Como Mercadoria
3. **O CORPO COMO IDENTIDADE**
  - 3.1. A Narrativa Testemunhal De Sofrimento Das Vítimas De Gordofobia
  - 3.2. Canal Alexandrismos e a “Maratona Do Amor-próprio: Comece a se amar em 31 dias!”
4. **A AUTOESTIMA E SEUS DIFERENTES PERITOS**
  - 4.1. Musas Fitness: Autoestima Através Da Transformação Do Próprio Corpo
  - 4.2. Mudanças Na Expertise: Autoridade Pela Experiência Ou Pelo Conhecimento?
5. **CONCLUSÃO**
6. **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**
7. **APÊNDICES**
  - 7.1. Apêndice A: Comparação De Termos No Google Trends
  - 7.2. Apêndice B: Gênero
  - 7.3. Apêndice C: Faixa Etária
  - 7.4. Apêndice D: Já Pesquisou No Youtube Vídeos Sobre Autoestima?
  - 7.5. Apêndice E: Quem Falava Sobre Esse Tema Nos Vídeos?
  - 7.6. Apêndice F: Principais Canais Do Youtube Procurados Sobre Autoestima
  - 7.7. Apêndice G: Avaliação Da Autoestima
  - 7.8. Apêndice H: Nível De Satisfação Com O Próprio Corpo
  - 7.9. Apêndice I: Aspectos Que Afetam A Autoestima
  - 7.10. Apêndice J: Ações Feitas Para Melhorar A Autoestima
  - 7.11. Apêndice K: Faz Ou Já Fez Terapia Psicológica?

7.12. Apêndice L: Caso Não, Por Qual Motivo?

8. **ANEXOS**

8.1. Anexo A: Principais Destinos Dos Consumidores De Conteúdos Audiovisuais

8.2. Anexo B: A Pirâmide Maslow De Motivações Humanas

8.3. Anexo C: Revista Cláudia, Edição De Abril De 1994

8.4. Anexo D: Revista Querida, Edição De Janeiro De 1971

## 1. Introdução

As causas para a baixa autoestima podem ser muitas. Porém, em uma sociedade que valoriza a imagem e a forma física “escultural”, a satisfação com o próprio corpo adquire uma responsabilidade maior no processo de desenvolvimento dessa característica e do amor-próprio. A partir disso, surgem diversas narrativas de diferentes personagens que visam promover essa melhora, seja incentivando a transformação corporal ou da visão que o indivíduo tem de si mesmo. Embora os discursos coexistam, o crescimento do movimento *body positive* ou “corpo positivo” chama a atenção. Enxergar valor em todos os corpos deixando de lado as noções de “feio” e “belo” é o principal ponto defendido por ele, que tem adesão graças a influenciadores digitais gordos, ou minimamente fora dos padrões, que utilizam o Youtube e outras plataformas digitais para, através do compartilhamento das memórias de sofrimento de preconceito e das formas que encontraram para superá-lo, inspirar outras pessoas a amarem seus corpos independente das tentativas sociais e midiáticas de menosprezar ou estigmatizá-los.

Principal motivador dessa “anormalização” do corpo gordo, a gordofobia cria vítimas e institui vilões, que muitas vezes não se reconhecem assim por apenas reproduzirem discursos integrantes do senso comum que legitimam o preconceito e a pressão social para emagrecer, sem o devido senso crítico e conscientização. O termo gordofobia refere-se a aversão à gordura e o preconceito que uma pessoa sofre na vida social, afetiva e profissional exclusivamente pelo fato de ser gorda. Também se relaciona com experiências constrangedoras de uma sociedade que dificilmente se adapta a esses corpos e acabam o excluindo. Segundo o psiquiatra do Centro Especializado em Obesidade e Diabetes do Hospital Alemão Oswaldo Cruz, Dr Adriano Segal, a gordofobia “é um neologismo para o comportamento de pessoas que julgam alguém inferior, desprezível ou repugnante por ser gordo. Funciona como qualquer outro preconceito baseado em uma característica única”<sup>2</sup>. Não há nenhuma lei que regule esse tipo de preconceito, que também aparece em programas de TV, stand-ups de comédia entre outros formatos de entretenimento que fazem do gordo

---

<sup>2</sup> Disponível em: <<https://www.hospitaloswaldocruz.org.br/imprensa/noticias/precisamos-falar-de-gordofobia>> Acesso em: 13 de junho de 2019.

chacota. Mas no âmbito profissional, de acordo com o advogado trabalhista Guilherme Mônaco:

É vedado pela lei que as pessoas sejam discriminadas na contratação e é função do empregador fornecer todos os materiais necessários para que o funcionário exerça sua função, inclusive uniformes do tamanho adequado para que a pessoa não passe por desconforto ou situação vexatória.<sup>3</sup>

Um levantamento feito com mais de 2 mil pessoas em setembro de 2017 apontou que a gordofobia está presente no cotidiano de 92% dos brasileiros. Encomendada pela Ambev-Skol ao Ibope, a Pesquisa Skol Diálogos concluiu que apesar desse resultado, apenas 10% se assumem preconceituosos. A expressão “gordo só faz gordice” já foi ouvida por 62% dos participantes, enquanto que 89% admitem já terem falado ou escutado alguém dizer a frase “ele é bonito(a), mas é gordinho(a)”, como se a gordura não validasse a beleza<sup>4</sup>. Tendo isso em vista, o trabalho em questão tem por objetivo refletir como uma vítima de gordofobia utiliza o ambiente digital para narrar o seu sofrimento, interpretar a forma que seu corpo é visto na sociedade e oferecer dicas de superação para a principal consequência desse sofrimento que seria a baixa autoestima; além de também analisar como o discurso de autoestima promovido por essa personalidade, a partir de sua experiência pessoal de autoaceitação, é interpretado e disputa espaço de autoridade com o conhecimento teórico de profissionais da saúde e com o conhecimento das musas fitness, que narram uma trajetória de “sucesso” pela transformação. Autoimagem corporal, autoestima e a formação de novos “especialistas” são as principais investigações deste estudo. Para isso, é utilizado como objeto o canal do Youtube “Alexandrismos”, pertencente à influenciadora digital Alexandra Gurgel por sua relevância no tema, sendo constantemente solicitada a participar de programas de entrevista e campanhas de marketing com apelo ao *body positive* e por possuir um grande público, com mais de 400 mil inscritos no canal do Youtube e mais de 300 mil seguidores em seu instagram pessoal — pelo menos, até junho deste ano.

A escolha do tema “ ‘Comece a se amar em 31 dias’: A narrativa testemunhal sobre gordofobia e o discurso de autoestima nos vídeos do canal ‘Alexandrismos’ ” levou em consideração a importância dos influenciadores digitais no contexto atual,

---

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://www.hospitaloswaldocruz.org.br/imprensa/noticias/precisamos-falar-de-gordofobia>> Acesso em: 13 de junho de 2019.

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2017/11/gordofobia-esta-presente-no-dia-a-dia-de-92-dos-brasileiros-aponta-pesquisa-cja2tbgxx03jd01tbwisky38u.html>> Acesso em: 13 de junho de 2019.

desterritorializando o poder sobre determinados assuntos e atingindo grande número de indivíduos, instigando a Academia a pensar nas dimensões desse novo processo comunicacional. A participação no projeto “As celebridades e a espetacularização do estilo de vida saudável”, do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic) da Fiocruz, em 2015, também tem grande influência na origem deste trabalho. Além desses fatores, há também a motivação pessoal baseada na empatia com vítimas de gordofobia, no interesse em estudar sobre influenciadores digitais e o impacto de seus discursos nas diferentes esferas da vida; e por fim, na compreensão da minha própria experiência, não de gordofobia, mas de pressão estética<sup>5</sup> e distorção de imagem corporal que culminaram em baixa autoestima, compulsão alimentar, bulimia e automutilação leves na adolescência.

O processo de desenvolvimento do trabalho englobou a análise do discurso dos 32 vídeos da playlist “Maratona Do Amor-próprio: Comece A Se Amar Em 31 Dias!” e alguns outros do canal Alexandrismos pontuados ao longo dos textos; a análise dos comentários feitos nos vídeos pelo público; a pesquisa de vídeos de psicólogos sobre autoestima e a comparação dos discursos deles com os vídeos do Alexandrismos sobre o mesmo tema; pesquisa online sobre autoestima e consumo desse tipo de conteúdo no Youtube, respondida por 828 pessoas; a análise do discurso da Alexandra Gurgel também em outras plataformas, como o Instagram; pesquisa e comparação de termos relacionados a autoestima no Google Trends; pesquisa na Biblioteca Nacional de matérias sobre autoestima e beleza em revistas femininas antigas. Além, é claro, da utilização de conceitos, ideias e citações de autores de renome, como Foucault, Vigarello e Castells para embasar este estudo.

---

<sup>5</sup> “A pressão estética, como o próprio nome sugere, é aquela pressão social difundida, em suma, pela mídia. Ela nos leva a nos sentirmos insatisfeitas com nossa imagem, com nosso corpo, com nosso rosto e com nossas diferenças, nos fazendo procurar nos encaixar em um padrão. [...] A gordofobia é um tipo de preconceito enraizado e estruturado dentro da sociedade, sendo ela disseminada em diversos contextos. É como se fosse uma grande perda de direitos de uma pessoa só por ela ser gorda. O gordo, nesse caso, é julgado como incapaz, como doente, como fracassado, como alguém que não tem o direito de frequentar lugares públicos”. Disponível em: <<https://f-utilidades.com/2018/07/16/pressao-estetica-x-gordofobia/>> Acesso em: 11 de junho de 2019

## 2. Influenciadores Digitais: Os Novos Especialistas

O avanço das tecnologias de informação e comunicação transformou o modo como os indivíduos interagem uns com os outros, consomem conteúdo e constroem as suas próprias identidades. A revolução dessas tecnologias e a reestruturação do capitalismo, no final do século XX, introduziram a chamada sociedade em rede, caracterizada por uma cultura de virtualidade que também opera no real por meio de um sistema de mídia onipresente, interligado e onde predomina a diversidade (CASTELLS, 1999). Conforme Castells disse em entrevista, em 2015, “todos nós já vivemos hibridamente em presença física e presença virtual na rede”<sup>6</sup> e essa experiência de conexão permanente tem produzido mudanças não só na vida cotidiana como também na cultura, na política, na economia, no trabalho e nos próprios meios de comunicação que buscam sua reinvenção e integração com outros meios a fim de captar a atenção e o engajamento do público. Essa sociedade em rede também têm por características o que Henry Jenkins conceituou como cultura da convergência e cultura participativa. Por convergência, o autor se refere ao fluxo de conteúdos que passa fluidamente por diferentes plataformas de mídia coexistentes e que é processado, não por meio de aparelhos, mas nos cérebros de consumidores individuais e também em suas interações sociais com outros, dessa forma, esse modo que as mídias circulam em nossa cultura promove mudanças de ordem tecnológica, industrial, cultural e social ao mesmo tempo (JENKINS, 2009). A ideia de passividade na interação com os meios de comunicação soa antiga para a cultura participativa, que oferece à pessoa comum a oportunidade de colaborar ativamente na produção, seleção e distribuição de novos conteúdos em plataformas como o Youtube, por exemplo, primeira a unir essas três funções em um único local e, assim, contribuir para horizontalizar o poder de disseminação da informação (JENKINS, 2009).

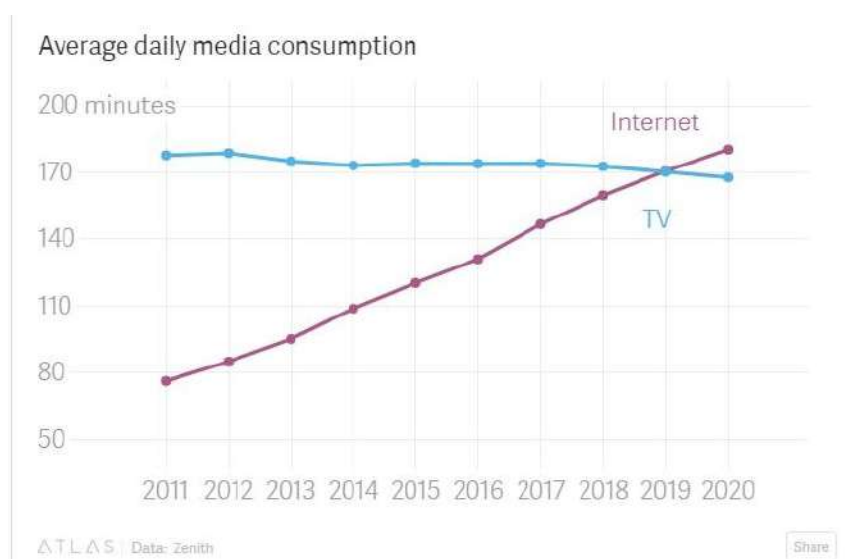
Com a pessoa comum no papel de produtor e não só receptor de conteúdo, no contexto de mídia digital em que estamos inseridos, o desejo de estar sempre conectado ao ambiente virtual por vezes ganha o status de necessidade. Deixar o celular em casa, perder a conexão com a rede de internet ou ficar uma semana sem acesso a nenhum conteúdo online podem ser opções impensáveis para alguns indivíduos. Ficar de fora dessa realidade é capaz de ocasionar ansiedade e também “FoMO”, expressão cunhada em 2000 por Dan Herman como

---

<sup>6</sup> Disponível em: <<https://www.fronteiras.com/entrevistas/manuel-castells-a-comunicacao-em-rede-esta-revitalizando-a-democracia>> Acesso em: 2 de abril de 2019

“Fear of Missing Out”<sup>7</sup> que tem tradução equivalente a “medo de estar perdendo algo”. Estamos tão imersos nesse universo virtual que o combate à dependência digital virou um nicho de mercado onde livros, e-books, coaches e sites nos ensinam a reduzir o tempo em que passamos online e a evitar as consequências do excesso, que pode prejudicar as relações interpessoais ou a produtividade no trabalho. Por outro lado, as redes sociais<sup>8</sup> tomaram enorme proporção na propagação de informação e um minuto fora pode significar uma série de acontecimentos ocorridos no mundo que foram perdidos ou que levará um tempo até que sejam amplamente divulgados. Segundo um relatório de 2018 da agência de mídia Zenith<sup>9</sup>, a tendência, em um nível global, é de que em 2020 as pessoas passem mais tempo consumindo conteúdo na internet do que através da televisão.

**Figura 1: Consumo médio diário de mídia em nível global**



Fonte: Zenith<sup>10</sup>

<sup>7</sup> Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Publicidade/Rock-in-Rio/noticia/2017/08/fomo-o-medo-de-ficar-de-fora-e-expressao-que-o-mercado-de-eventos-mais-gosta.html>> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

<sup>8</sup> Raquel Recuero define uma rede social como “um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais). Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores” (RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009: 24). São comumente empregadas para designar plataformas que geram redes de relacionamentos nos ambientes digitais, como o Facebook, Twitter, Instagram, Youtube entre outras.

<sup>9</sup> Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/noticia/internet-deve-superar-a-tv-em-todo-mundo-a-partir-de-2019-aponta-estudo/76722>> Acesso em: 3 de abril de 2019

<sup>10</sup> Disponível em: <<https://qz.com/1303375/internet-usage-will-finally-surpass-tv-in-2019-zenith-predicts/>> Acesso em: 3 de abril de 2019



De acordo com o estudo “Tic Domicílios 2017” do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br)<sup>11</sup>, a quantidade de usuários de Internet no Brasil cresceu seis pontos percentuais de 2016 (61%) para 2017 (67%), totalizando 120,7 milhões, e 87% destes utilizam a internet todos os dias ou quase todos os dias, demonstrando o quão relevante tem sido o papel da internet no dia a dia dos indivíduos. Apesar do envio de mensagens (90%) e o uso das redes sociais (77%) prevalecer, houve um crescimento na proporção de usuários que acessaram conteúdos audiovisuais em 2017, tendo sido 71% o que significa 85 milhões de pessoas.

A internet transformou-se em um espaço para entreter, mas também um local propício para a ocupação de grupos sociais que já reivindicavam em offline o poder de fala e de escuta. Através das mídias sociais, grupos que compartilham de uma mesma visão política ou social, por exemplo, conseguem se articular e propagar discussões que estão em pauta na sociedade e até mesmo transformá-la, configurando um ciberativismo que dá nova face às expressões de cidadania (CASTRO, 2011: 183). O Youtube, em especial, tornou-se um dos principais territórios de empoderamento no ambiente digital, levando as pessoas a consumirem vídeos de forma mais ativa e a buscarem conteúdos com os quais se identifiquem e se sintam representadas, auxiliando assim na construção de sua identidade.

A pesquisa Video Viewers Google/Provokers Brasil, de agosto de 2018<sup>12</sup>, mostra que em quatro anos o consumo de vídeos na web cresceu 135% e também que, com 44%, o Youtube é o meio preferido das pessoas para assistir conteúdo em vídeo. A explosão dos canais no Youtube e o crescimento dessa plataforma gerou mudanças no hábito de consumo de vídeos dos brasileiros, tornando a plataforma o segundo maior destino para o consumo desse formato no país, ficando apenas três pontos percentuais atrás da maior player de TV aberta, a Rede Globo (ver anexo 1).

---

<sup>11</sup> Disponível em: <<https://www.cgi.br/noticia/releases/acesso-a-internet-por-banda-larga-volta-a-crescer-nos-domicilios-brasileiros/>> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

<sup>12</sup> Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/pesquisa-video-viewers-como-os-brasileiros-estao-consumindo-videos-em-2018/>> Acesso em: 11 de dezembro de 2018

**Figura 2 : Plataformas preferidas pelas pessoas para assistirem a vídeos**



Fonte: Video Viewers, Provokers 2018<sup>13</sup>

De acordo com o levantamento qualitativo conduzido pela Provokers em parceria com o Google e a agência de pesquisa de tendências Box 1824, que procurou compreender o consumo de mais de 8 mil vídeos assistidos pelos entrevistados ao longo da pesquisa, há quatro principais categorias que explicam as motivações dos brasileiros na hora de assistir vídeos: conexão (22,3%), conhecimento (29,8%), entretenimento (38,7%) e identidade (9,2%). As pessoas buscam interagir, pertencer, relaxar, criar autonomia, refletir, elevar o astral, inspirar-se e identificar-se. Em comparação a outras plataformas de vídeo, o Youtube foi considerado por 70% dos entrevistados como o lugar que mais oferece vídeos que promovem identificação e que reflete a diversidade do mundo ao seu redor, um único lugar onde todos os grupos sociais possuem voz.<sup>14</sup>

O crescimento do ciberespaço, marcado por uma comunicação interativa e comunitária, fornece um ambiente propício para o desenvolvimento de uma “inteligência coletiva”, ou seja, uma inteligência criada a partir da colaboração de vários indivíduos em suas especialidades (LÉVY, 1999). No ciberespaço, o principal dispositivo comunicacional pertence a categoria todos-todos, possibilitando que comunidades constituam de forma progressiva e cooperativa um contexto comum, onde todos participam ativamente do processo de comunicação. Assim, segundo Lévy, conforme a inteligência coletiva é

<sup>13</sup> Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/pesquisa-video-viewers-como-os-brasileiros-estao-consumindo-videos-em-2018/>> Acesso em: 11 de dezembro de 2018

<sup>14</sup> Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/pesquisa-video-viewers-como-os-brasileiros-estao-consumindo-videos-em-2018/>> Acesso em: 11 de dezembro de 2018

desenvolvida no ciberespaço, os efeitos de exclusão resultantes da aceleração do movimento tecno-social se tornam menores uma vez que o questionamento de diferentes formas de poder leva a uma melhor apropriação das alterações técnicas por indivíduos e comunidades. O Youtube transformou-se em uma espécie de memória coletiva do mundo, um lugar em que não há predominância de um único emissor, onde impera a diversidade de vozes sobre os mais variados temas e perspectivas e que armazena informações globais, acontecimentos pessoais e, principalmente, subjetividades. “Quando uma pessoa, uma coletividade, um ato, uma informação se virtualizam, eles se tornam ‘não-presentes’, se desterritorializam” (LÉVY, 1996: 21). Quando uma pessoa compartilha no Youtube uma ideia ou experiência pessoal, a informação torna-se atemporal e sai do domínio de sua individualidade para pertencer a todo aquele que interagir com o conteúdo compartilhado. Esse processo tem por si o potencial de gerar tanto ódio quanto admiração, mas em ambos os casos, a repercussão. Os indivíduos se constituem em grupos de acordo com seus interesses e passam a seguir aqueles que os promovem (seja moda, música, sexualidade ou outro tema) e que têm alguma ascensão no ambiente digital, os chamados “digital influencers” ou apenas “influencers”. O termo derivado do inglês tem por tradução livre “influenciadores digitais” e designa personalidades da internet que tem a habilidade de formar opinião e influenciar outras pessoas por meio da produção de conteúdo nas mídias sociais.

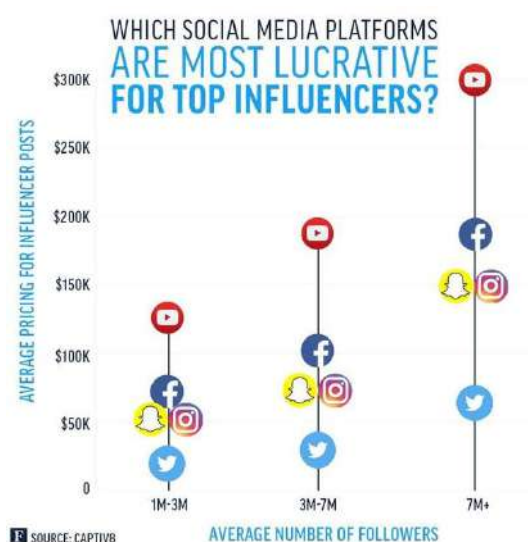
A relevância do surgimento dos influenciadores vai além de um fator sociocultural, segue também uma lógica mercantilista, relativa ao consumo de bens e serviços que tem influência na própria origem da internet, motivada pela inovação empresarial na década de 1990, conforme afirma Castells:

como os empresários foram os principais propulsores da difusão da Internet, esta foi moldada em torno de fins comerciais e, com isso, formou um novo tipo de economia, erguida em torno de “normas e processos novos de produção, administração e cálculo econômico”. [...] Os empresários da Internet são antes criadores que homens de negócios, mais próximos da cultura do artista que da cultura corporativa tradicional. (CASTELLS, 2003: 49 - 52)

Atentas a essa nova profissão, empresas e marcas utilizam estratégias de marketing para serem associadas aos influenciadores que possuam grande número de seguidores nas mídias sociais e que sejam compatíveis com sua cultura e valores, a fim de atingirem seus

objetivos de venda. Além dos contratos de publicidade e publicações monetizadas<sup>15</sup>, muitos influenciadores digitais também seguem o caminho do empreendedorismo com a venda de livros autorais ou programas de “coaching”<sup>16</sup>. Em 2016, a venda de livros de youtubers — criadores de conteúdo no Youtube — cresceu 120% em comparação com o ano anterior, segundo a GFK<sup>17</sup>. Comparada a outras plataformas, o Youtube é a mais rentável. Um influenciador que esteja na faixa de 7 milhões de seguidores ganha U\$ 300 mil por campanha, enquanto que o mesmo ganharia US\$ 150 mil no Instagram e US\$ 187 mil no Facebook<sup>18</sup>.

**Figura 3: As mídias sociais mais lucrativas para os influenciadores**



Fonte: CAPTIV8<sup>19</sup>

No Brasil, um influenciador com poucos seguidores ganha entre R\$ 1 mil e R\$ 5 mil enquanto um grande influenciador ganha, em geral, entre R\$ 50 mil e R\$ 150 mil por campanha, que pode ocorrer como uma menção em vídeo ou publicações em outras

<sup>15</sup> No Youtube, há a opção de monetizar os vídeos. Dependendo do nicho de atuação do influenciador na plataforma, a empresa paga de U\$ 0,60 a U\$5 a cada mil visualizações. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/pesquisa-video-viewers-como-os-brasileiros-estao-consumindo-videos-em-2018/>> Acesso em: 11 de dezembro de 2018

<sup>16</sup> O Instituto Brasileiro de Coaching (IBC) define o coaching como “um processo, uma metodologia, um conjunto de competências e habilidades que podem ser aprendidas e desenvolvidas por absolutamente qualquer pessoa para alcançar um objetivo na vida pessoal ou profissional, até 20 vezes mais rápido, comprovadamente”. Disponível em: <<http://www.ibccoaching.com.br/portal/coaching/o-que-e-coaching/>> Acesso em: 16 de janeiro de 2019

<sup>17</sup> Disponível em: <<https://cultura.estadao.com.br/blogs/babel/venda-de-livros-de-youtubers-cresce-120-no-pais-aponta-pesquisa/>> Acesso em: 10 de janeiro de 2019

<sup>18</sup> Disponível em: <<https://conteudo.influu.me/2017/11/28/quanto-ganha-um-influenciador-digital/>> Acesso em: 10 de janeiro de 2019

<sup>19</sup> Disponível em: <<https://conteudo.influu.me/2017/11/28/quanto-ganha-um-influenciador-digital/>> Acesso em: 10 de janeiro de 2019

plataformas.<sup>20</sup> São vários os critérios para a definição do valor: os custos do youtuber, caso ele possua uma estrutura elaborada e pague funcionários; se ele atua em um nicho específico; a quantidade de mídias a serem utilizadas e a duração; se ele é concorrido no segmento e se o cliente pede exclusividade.

## 2.1. A Vida Cotidiana Como Mercadoria

Nada influencia mais as pessoas do que a recomendação de um amigo de confiança. Uma referência confiável é o Santo Graal da publicidade (Mark Zuckerberg, 2007, tradução nossa)<sup>21</sup>

As redes sociais remodelaram os modos de ser e conhecer, os modelos de sociabilidade e de comunicação, negócios e padrões de consumo (CASTRO, 2011: 182). A narração da própria vida, o compartilhamento das emoções e o testemunho pessoal são aspectos que contribuem para o nível de popularidade de um influenciador digital com o seu público, sendo a aproximação e a identificação com o estilo de vida divulgado as peças-chave para o sucesso.

Todo mundo está ocupado fazendo *business* com tudo: sexualidade, casamento, procriação, saúde, beleza, identidade, conhecimentos, relações, ideias etc [...]. A pessoa se torna um empreendimento (LÉVY apud CASTRO, 2011: 179)

Se outrora, o distanciamento do marketing com o consumidor e o foco em apenas transmitir a propaganda e aguardar por resultados era praxe, o que se vê hoje é uma tentativa de humanizar o produto e interagir com o consumidor; e o marketing descobriu no influenciador o seu principal instrumento para atingir essa finalidade. Entre os brasileiros que estão online, 55% afirmam que costumam pesquisar a opinião de criadores digitais de conteúdo antes de efetuar uma compra, 86% já descobriram um produto por meio deles e

---

<sup>20</sup> Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2017/05/o-poder-da-industria-dos-youtubers.html>> Acesso em 10 de janeiro de 2019

<sup>21</sup> No original: “*Nothing influences people more than a recommendation from a trusted friend. A trusted referral is the Holy Grail of advertising.*” Disponível em: <<https://www.ft.com/content/01341240-8cbd-11dc-b887-0000779fd2ac>> Acesso em: 11 de abril de 2019

73% já adquiriram algo por influência digital<sup>22</sup>, o que demonstra a relevância dessa nova categoria profissional no mercado.

Youtuber e militante *body positive* ou “corpo positivo”, Alexandra Gurgel é autora do livro “Pare de se odiar” onde reflete sobre a sua trajetória em busca do corpo perfeito e tem por objetivo incentivar seus leitores a cultivarem o amor-próprio e uma autoimagem mais positiva. Segundo ela, o movimento corpo positivo incentiva um olhar positivo e sincero com a sua imagem e a do outro, deixando de lado certos conceitos de beleza a fim de enxergar valor em todos os corpos. Para iniciar nesse processo, ela orienta rever suas companhias, parar de se comparar, parar de seguir nas redes sociais quem prejudica a construção de uma autoimagem positiva, começar a ter referências de corpos reais e ter paciência com você e com os outros que estão passando por esse processo.<sup>23</sup>

“O livro é como se fosse o meu canal condensado em 155 páginas”, afirma Alexandra em entrevista para o blog da Editora Record<sup>24</sup>. Na amostra do livro oferecida pelo site da livraria Travessa<sup>25</sup>, vemos que o sumário apresenta cinco capítulos com os seguintes títulos “minha história”, “como eu descobri que me odiava”, “autoconsciência e body positive”, “colocando em prática o amor próprio” e “minha história continua”; onde a autora discorre sobre autoestima corporal distorcida, explica a raiz dos problemas para a gordofobia e as pressões estéticas, questiona o conceito de beleza vigente, exemplifica como a sociedade interfere na autoimagem da pessoa gorda e oferece trilhas para que o leitor alcance a autoaceitação de seu corpo. Os efeitos que a narrativa de Alexandra Gurgel exerce sobre a vida de quem a acompanha exemplificam-se em algumas das avaliações feitas por leitores de seu livro, como “Xanda mudou minha vida e a maneira como eu me vejo, é um processo pelo qual todos deveríamos passar.”<sup>26</sup>, “A Alexandra consegue resumir nesse livro o padrão de beleza imposto às mulheres e como desconstruí-lo para trabalhar sua autoestima.”<sup>27</sup> e também:

---

<sup>22</sup> Os dados são do estudo “Influenciadores digitais”, realizado por meio de questionário digital com 4.283 pessoas do Brasil entre 7 de março e 18 de maio de 2018 pela Qualibest, publicado no site Meio & Mensagem. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/04/01/influenciadores-ganham-importancia-na-decisao-de-compra.html>> Acesso em: 11 de abril de 2019

<sup>23</sup> Disponível em: <<https://juromano.com/comportamento/body-positivo-o-que-e-dicas-de-como-ter-uma-imagem-corporal-positiva>> Acesso em: 18 de março de 2019.

<sup>24</sup> Disponível em: <<http://www.blogdaeditorarecord.com.br/2018/10/08/pare-de-se-odiar-de-alexandra-gurgel/>> Acesso em: 18 de março de 2019.

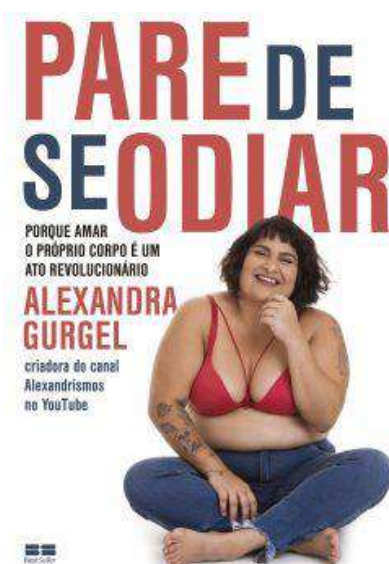
<sup>25</sup> Disponível em: <<https://www.travessa.com.br/pare-de-se-odiar-porque-amar-o-proprio-corpo-e-um-ato-revolucionario/artigo/197870d8-5e1e-4fb9-9680-8580ff83d95d>> Acesso em: 18 de março de 2019

<sup>26</sup> Disponível em: <<https://amzn.to/2I8iFaF>> Acesso em: 18 de março de 2019

<sup>27</sup> Disponível em: <<https://amzn.to/2JYuDGi>> Acesso em: 18 de março de 2019

Sabia que iria gostar do livro, mas não esperava que iria me envolver tanto com a leitura. Por isso demorei: parei, anotei, reli, refleti. Meu exemplar está cheio de post-its em partes que me marcaram muito. Doeu algumas vezes e foi libertador em outras. A gente sabe que é influenciado pela sociedade, pela indústria da beleza, mas a Alexandra coloca de tal maneira aqui no livro que eu revi muitos conceitos, dei unfollow em alguns perfis no instagram e mudei outros hábitos.<sup>28</sup>

**Figura 4: Livro “Pare de se odiar” de Alexandra Gurgel**



Fonte: Blog da Editora Record<sup>29</sup>

Influenciadores digitais tem o poder de formar opiniões, moldar comportamentos e criar hábitos de consumo nos seguidores. Por essa razão, muitas marcas veem nele a oportunidade de atingir determinado público ao estabelecerem uma associação na midiática. Uma das estratégias de marketing que coloca influenciadores e mercado em contato são os chamados “publiposts”, que se tratam de publicações patrocinadas nas redes sociais — principalmente no Instagram — e que, por determinação do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR)<sup>30</sup>, devem ter sua natureza econômica devidamente identificada, a fim de que haja transparência na relação do influenciador com o seu público. Ou seja, um influenciador pode incorporar na sua publicação determinado

<sup>28</sup> Disponível em: <<https://www.skoob.com.br/livro/resenhas/803158/edicao:807012>> Acesso em: 18 de março de 2019

<sup>29</sup> Disponível em: <<http://www.blogdaeditorarecord.com.br/wp-content/uploads/2018/08/9788546501281-256x350.jpg>> Acesso em: 10 de janeiro de 2019

<sup>30</sup> Disponível em: <<http://criadoresid.com/influenciadores-post-patrocinado/>> Acesso em: 18 de março de 2019

produto como parte de seu estilo de vida, de uma forma natural, mas deve indicar o patrocínio. Quando a própria emoção se transforma em consumo, parece irresistível atender aos apelos consumistas (CASTRO, 2011: 181) e a partir disso muitos influenciadores, além de manterem vínculos com algumas marcas, também escolhem empreender e produzir uma gama de produtos — livros, camisetas, maquiagens, almofadas, canecas etc — ou serviços que remetem a si mesmo ou ao tema mais frequente abordado em suas principais plataformas.

Alexandra Gurgel é conhecida não só por abordar os dilemas relacionados ao corpo, mas também o bem-estar mental. Em seu Instagram, no modo “stories”<sup>31</sup>, ela já divulgou a parceria com o aplicativo OrienteMe, uma plataforma de terapia online paga onde o paciente pode enviar mensagens sempre que quiser ao psicólogo escolhido e este poderá respondê-lo pelo menos duas vezes por dia de segunda à sexta, além da possibilidade de fazer videochamadas. Além disso, Alexandra é dona da marca de roupas *all sizes* e do coletivo que promove festas no Rio de Janeiro e em São Paulo “Toda Grandona”, junto com quatro outros amigos e ativistas. Conforme descrição na página do Facebook<sup>32</sup>, a Toda Grandona se define como um grupo *body positive* que deseja levar a aceitação, o amor-próprio e o combate à gordofobia aos seus consumidores por meio de festas democráticas e roupas que contemplem todos os tamanhos.

Houve um crescimento por parte dos internautas brasileiros no interesse por buscas relacionadas ao desenvolvimento pessoal, de janeiro de 2008 até abril de 2019<sup>33</sup>. Neste período, o termo mais pesquisado no Youtube foi “autoestima” em comparação a “auto aceitação”, “amor próprio”, “autoconhecimento” e “autoajuda”, que também tiveram certa ascensão ao longo do tempo. “Como ter amor próprio”, “aumentar a autoestima” e a busca por livros, cursos e meditações de autoajuda e autoconhecimento configuram as principais consultas relacionadas a esses termos na plataforma de vídeos.

A crise econômica no país, que gera preocupação no que tange à segurança e estabilidade financeira e reflete em outras esferas da vida, como a familiar; ou mesmo a popularização de redes sociais como o Facebook e Instagram, onde estilos de vida difíceis de serem alcançados são amplamente propagados e onde a imagem e o que é estético são valorizados, contribuindo para o surgimento de inseguranças pessoais; podem ser

---

<sup>31</sup> Stories são publicações de curta duração no Instagram. Podem ser fotos ou vídeos e, geralmente, ficam disponíveis por 48 horas na plataforma.

<sup>32</sup> Disponível em: <[https://www.facebook.com/pg/todagrandonas/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/todagrandonas/about/?ref=page_internal)> Acesso em: 18 de março de 2019

<sup>33</sup> Ver apêndice A.



considerados fatores para o aumento do interesse em conteúdos de autoconhecimento. Em 2015<sup>34</sup>, o ramo dos livros de autoajuda foi o único segmento que não registrou queda nesse período, mas beneficiou-se do quadro econômico para originar e lucrar com livros que abordassem a melhora da autoestima, a diminuição do estresse ou da ansiedade provocada pela crise. E uma pesquisa da Infobase Interativa, publicada no portal Meio & Mensagem, em abril de 2019, mostra que cada vez mais os jovens estão buscando usar de forma equilibrada o tempo despendido nas redes sociais a fim de prezarem por sua saúde emocional. Para 68% dos entrevistados, plataformas como Facebook, Instagram e Snapchat às vezes fazem com que se sintam ansiosos, tristes ou depressivos e 29% afirmam que as redes sociais prejudicaram sua autoestima ou fizeram com que se sentissem inseguros em algum momento<sup>35</sup>.

Tudo isso coopera para que as pessoas se voltem a ferramentas que as auxiliem na administração de si mesmas, sejam vídeos ou livro. O conceito de responsabilidade individual, porém, não é recente. Em 1859, o livro *Self-help* (Autoajuda) de Samuel Smiles já abordava histórias de superação por meio dos próprios esforços de homens comuns que ascenderam à fama e riqueza. Para Smiles, a capacidade de autoajuda “era o poder de cada um de alcançar suas realizações por si” (ILLOUZ, 2011: 60). As mudanças internas e teóricas pelas quais passou a Psicologia — autores como Heinz Hartmann, Ernst Kris, Rudolph Loewenstein, Alfred Adler, Erich Fromm, Karen Horney e Albert Ellis se opuseram ao determinismo psíquico de Freud, que defendia que todos os eventos mentais do momento presente de um sujeito são determinados por eventos mentais e fatos que os precederam, logo, o autocontrole e o desejo de mudar a si mesmo não seriam suficientes na transformação psíquica e social dele; somente a transferência, a resistência, o trabalho do sonho e a associação livre (ILLOUZ, 2011: 62-64) — também contribuíram para oferecer uma visão mais flexível e otimista do desenvolvimento pessoal, onde admitia-se que o eu poderia se modificar e moldar seu próprio destino; em paralelo, tornou-se popular no século XIX, o movimento da cura da mente, que afirmava ser possível curar doenças através dos pensamentos. Com a “revolução das brochuras”, iniciada em 1939 pela editora Pocket Books, que colocou ao alcance dos consumidores livros de custo acessível, essas novas narrativas e a autoridade psicológica puderam ser amplamente difundidas entre pessoas de diferentes

---

<sup>34</sup> Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/entretenimento/autoajuda-um-segmen-to-que-floresce-em-tempos-de-cri-se/>> Acesso em: 8 de abril de 2019

<sup>35</sup> Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/03/26/dos-jovens-64-estao-dando-uma-pausa-nas-redes-sociais.html>> Acesso em: 8 de abril de 2019

classes socioeconômicas, consolidando uma indústria já crescente de autoajuda (ILLOUZ, 2011).

Intimamente ligado à noção de autoajuda, o credo terapêutico “pôs a saúde e a autorrealização no centro de uma narrativa do eu” (ILLOUZ, 2011: 68), como se fossem uma coisa só. O sujeito é incitado a identificar uma patologia e, com isso, estabelecer ligações causais com o passado que expliquem a falta de bem-estar naquele momento, para que, então, assumam a responsabilidade de transformarem-se em um eu mais completo e realizado; porém, sem obterem as diretrizes para isso. A estrutura da cultura terapêutica categorizou uma gama de comportamentos em sinais e sintomas de disfunções do sujeito, — como sendo alguém ‘neurótico’, por exemplo — para que, a partir dessa compreensão, ele buscasse superá-las (ILLOUZ, 2011).

As narrativas terapêuticas criam nichos de mercado, espectadores simultaneamente definidos como pacientes em potencial e consumidores. Um grupo de pessoas que “amam demais”, ou que “não conseguem viver sem o(a) ex”, é simultaneamente constituído como um grupo de consumidores e de doentes pelos terapeutas profissionais, pela indústria editorial e pelos programas de entrevistas na televisão. Além disso, também podemos observar como a narrativa terapêutica transforma os sentimentos — a culpa, no caso — em objetos públicos, a serem expostos, discutidos e debatidos. O sujeito participa da esfera pública através da interpretação e da exposição de sentimentos “privados”. (ILLOUZ, 2011: 76)

Embora o fascínio por acompanhar pílulas cotidianas pareça recente, o interesse do sujeito pela musealização e registro da vida teve início a partir de 1980 na Europa e nos Estados Unidos, quando ampliaram-se os discursos de memória e o movimento testemunhal sobre o Holocausto em séries de TV que relembavam um passado presente, de acordo com Andreas Huyssen (2000). Apesar do crescimento no número de instituições voltadas ao arquivamento e à memória ao longo do século XVIII já instigarem uma valorização ao passado, foram os debates a respeito do Holocausto, observa o autor, que deram origem a filmes, museus, histórias em quadrinhos e outras formas de resgatar o passado e também espetacularizá-lo. Pouco antes, na década de 1970, outros fenômenos já prenunciavam o crescimento de uma cultura da memória como o boom das modas retrô, a literatura memorialística e confessional, o aumento do número de documentários na televisão, a vasta literatura psicanalítica sobre o trauma, a comercialização em massa da nostalgia, a obsessiva automusealização através da câmera de vídeo, as novas construções arquitetônicas de

museus, entre outros aspectos. Paralelamente a isso, entre as décadas de 1970 e 1990, diversos grupos sociais — negros, mulheres, homossexuais, entre outros — passaram a questionar como as instituições de conhecimento e poder os retratavam (LERNER, 2012) e a reivindicar uma identidade própria, o que refletiu na construção de um novo olhar sobre o passado. Memória e produção de subjetividades estão intimamente interligadas, pois é por meio da primeira que a segunda é reconstituída e permite que as experiências e os sofrimentos presentes vividos no mundo moderno ganhem explicação e possam ser comunicados adiante.

A importância do sofrimento na construção de subjetividades nos remete ao debate do que alguns autores qualificam como “trauma” — ou seja, o movimento de relacionar o sofrimento do presente a situações violentas ocorridas no passado. Essa noção aparece como modeladora de uma forma de estar no mundo, gerando o autorreconhecimento de indivíduos que sofrem, possibilidades de se manifestar publicamente sobre isso, demandas por reconhecimento público sobre essa condição a qual, frequentemente, encontra o status de vítima reconhecido como legítimo. (LERNER, 2012: 203)

### 3. O Corpo Como Identidade

Identidades são fontes importantes de significados devido ao processo de autoconstrução e individuação que envolvem (CASTELLS, 1999: 23) e podem ser o resultado final do contato com diferentes esferas sociais que façam parte da realidade do indivíduo. Porém, não só o meio influencia nessa construção.

Em um contexto social e histórico particularmente instável e mutante, no qual os meios tradicionais de produção de identidade — a família, a religião, a política, o trabalho, entre outros — se encontram enfraquecidos, é possível imaginar que muitos indivíduos ou grupos estejam se apropriando do corpo como um meio de expressão (ou representação) do eu. (GOLDENBERG & RAMOS, 2002: 20)

O corpo é, antes de tudo, um lugar de identidade. A singularidade do indivíduo depende exclusivamente dele. A sua aparência e comportamento traduzem cada vez mais sua personalidade e particularidades pessoais e menos os vínculos e meios sociais, “a consequência disso é decisiva: ele ‘é’ sua aparência” (VIGARELLO, 2012: 334). A não ser que a aparência corresponda a uma determinada expectativa social de beleza e magreza propagada culturalmente pela sociedade, ela instiga o questionamento das identidades dos indivíduos “fora do padrão”. Assim, o olhar que muitos têm sobre o obeso é de alguém sem vontade, incômodo, doente, incapaz de controlar os próprios impulsos e de atingir uma forma física considerada socialmente adequada. Fischler (1995), após pesquisa, chegou à conclusão da existência de dois estereótipos da obesidade, sendo um benigno e outro maligno. No primeiro, o obeso é visto como alguém brincalhão, extrovertido e simpático que embora possa lamentar no íntimo por sua corpulência, não deixa transparecer o sofrimento. Já o segundo estereótipo seria o de um obeso depressivo, doente e irresponsável em seu autocontrole, que suscita a reprovação ou aversão.

De fato, a classificação de um obeso na categoria positiva ou negativa resulta, sem dúvida, não de um traço particular, mas da *relação entre os traços físicos e a imagem social* [grifo do autor] da pessoa, por exemplo, sua profissão: no exercício de certas funções, a condição de obeso tornar-se-ia mais ou menos incongruente. (FISCHLER, 1995: 72, grifos do autor)

Devido ao preconceito e ao alto valor dado à experiência e à personificação de uma trajetória corporal de superação, um profissional de Nutrição que seja obeso, por exemplo,

pode ter a validade do seu conhecimento teórico questionado ou até mesmo ser preterido em oportunidades de emprego, como é possível observar nos relatos abaixo:

Nas comunidades as pessoas não verbalizam, mas está dito no olhar (faz gesto com a mão na direção do rosto): Que nutricionista gorda é essa? No trabalho aprendi a me blindar e acabo não escutando observações a respeito do meu corpo obeso (Alice, 39 anos)<sup>36</sup>

... Fui demitida porque não ficava bem para uma empresa de alimentação ter uma nutricionista gorda (Rita, 62 anos)<sup>37</sup>

A relação entre obesidade e identidade não se constitui apenas na visão do outro, o próprio indivíduo a tece sob um paradoxo. Ele identifica-se com seu próprio corpo, no entanto, o desejo de transformá-lo e não conseguir o feito coexiste com o desejo de mantê-lo o mesmo, de aceitar-se, pois é esse corpo discriminado que confere legitimidade à sua própria identidade (VIGARELLO, 2012). Neste último caso, a decisão de se manter obeso em vez de se adequar a um padrão seria considerado um ato de resistência.

O que o canal Alexandrismos propõe é não só denunciar o preconceito e a estigmatização do corpo gordo feitos na mídia e sociedade, mas também modelar uma identidade distante desses conceitos opressores e próxima da autoaceitação e gerenciamento da autoestima. Ressalta-se que embora o canal do Youtube denuncie preconceitos para promover mudança através da conscientização e proporcionar acolhimento às outras vítimas de discursos gordofóbicos, a própria condição de sua existência depende da manutenção desse sistema opressor, que está longe do fim dado a uma cultura lipofóbica presente na sociedade, onde o medo de engordar, a rejeição à gordura e a supervalorização da magreza imperam. “A cultura da obesidade confirma a que ponto mudou da acusação para o autotestemunho, da estigmatização para a vitimização” (VIGARELLO, 2012: 318), narrativas frequentemente ativadas no discurso de Alexandra Gurgel na internet.

---

<sup>36</sup> “Estigma do nutricionista com obesidade no mundo do trabalho”. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-52732015000600569&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52732015000600569&lng=en&nrm=iso)> Acesso em: 4 de junho de 2019

<sup>37</sup> “Estigma do nutricionista com obesidade no mundo do trabalho”. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-52732015000600569&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52732015000600569&lng=en&nrm=iso)> Acesso em: 4 de junho de 2019

### 3.1. A Narrativa Testemunhal de Sofrimento das Vítimas de Gordofobia

As plataformas digitais trouxeram à público o que antes era reservado ao espaço privado das subjetividades. O que antes o indivíduo buscava guardar para si com certo temor de exposição, hoje divulga espontaneamente ao maior número possível de pessoas até mesmo como uma forma de receber aprovação alheia sobre seu corpo ou estilo de vida. Os corpos antes encobertos em razão da “pecaminosidade”, hoje desnudam-se seja por vaidade ou forma de gerar reflexão, como é o caso do vídeo “Tour pelo meu corpo”<sup>38</sup> do canal Alexandrismos em que a influenciadora aparece seminua e mostra as partes do seu corpo que gosta, que não gosta e como lida com a autoimagem de uma forma positiva.

O Youtube parece ser o novo confessionário do sujeito contemporâneo. A confissão religiosa ou clínica, praticada em um espaço fechado na presença de um ouvinte na figura do padre ou do psicólogo que atua identificando as falhas morais do indivíduo e conduzindo seus passos conseguintes, agora é feita no local aberto da internet para inúmeros receptores com diferentes perspectivas, prontos para diagnosticar e solucionar os problemas de cada indivíduo, ou afirmar sofrerem dos mesmos males. As fronteiras que separam “público” de “privado” se desmancham e os limites do que se pode dizer e mostrar, do quanto de intimidade pode-se tornar visível, são aumentados.

Os usos ‘confessionais’ da internet parecem se enquadrar nessa definição: seriam, portanto, manifestações renovadas dos velhos gêneros autobiográficos. O *eu* que fala e se mostra incansavelmente na web costuma ser tríplice: é ao mesmo tempo autor, narrador e personagem. (SIBILIA, 2008: 31)

A popularização das narrações autobiográficas e testemunhais na internet ocorre não só pela facilidade proporcionada pelas novas tecnologias em capturar e registrar momentos, mas pela sociedade atual estar inserida no que Guy Debord (1997) chama de “sociedade do espetáculo”. Segundo o autor, o espetáculo é uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens, uma visão cristalizada do mundo onde o real é menos importante que o

---

<sup>38</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=PUC3I8IA81w&t=310s>> Acesso em: 16 de maio de 2019

espetáculo. Essa linguagem é constituída por signos em que predomina a representação e a afirmação da aparência, apresenta-se como algo positivo, inacessível, onde o *parecer* ganha certo prestígio e exige um comportamento de aceitação passiva. Com isso, aliena e transforma os indivíduos em meros espectadores que quanto mais acumulam espetáculos — mediados pelo consumo de produtos e mercadorias sob a falsa ilusão de cultura e conhecimento — necessitam cada vez menos recorrer a um pensamento crítico e questionador que rompa o véu da ficção e do simulacro para externar a realidade.

Contudo, cabe aqui a reflexão de que, embora o espetáculo seja simultaneamente parte da sociedade e a própria (DEBORD, 1997), a apropriação das ferramentas que ele dispõe por parte dos grupos oprimidos e marginalizados por ela seria uma forma de evidenciar e expor esse sistema ao mesmo tempo em que se contradiz e produz novas e diferentes formas de espetacularizar a vida, configurando um ciclo em que não há escapatória. Por exemplo, um influenciador digital que denuncia as formas de controle e manipulação das mídias tradicionais — como televisão e revistas — sobre os corpos, faz críticas aos padrões estéticos inalcançáveis cobrados pela sociedade e por essas mídias, porém, inconscientemente ou não, acaba difundindo a normalização de um tipo de corpo e beleza através de imagens e vídeos sobre si mesmo, sua rotina ou técnicas de melhoria do físico e da aparência em outras plataformas midiáticas — como Instagram e Facebook.

Fazendo da aparência inerência (Costa, 2005), um conjunto de manifestações discursivas das mídias na sociedade do espetáculo nos estimula a ter não mais um corpo natural (um corpo não submetido a intervenções diretas, tais como tatuagens, próteses, cirurgias reparadoras, drogas etc.), mas um corpo espetacular - perfeito segundo as imagens publicitárias, televisivas e jornalísticas. (SACRAMENTO & CRUZ, 2014: 195)

De acordo com Foucault (1988), a confissão é uma prática de discurso onde o sujeito que fala é o mesmo de quem se fala, a sua verdade é autenticada ao superar os obstáculos ou resistências que impediriam a sua manifestação e se desenrola em relações de poder, pois necessita de um outro sujeito que cumpra o papel de avaliar, intervir, julgar, punir, consolar, perdoar ou reconciliar. O ato de confessar produziria no sujeito um alívio da culpa, a promessa de salvação, sua purificação e libertação do desejo imoral e das falhas que ocultava por medo de punição divina. Foi a partir da Reforma Protestante (séc XVI), Contrarreforma (séc XVI), da pedagogia do século XVIII e da medicina do século XIX que a prática perdeu a centralidade dos confessionários católicos, onde se confessavam os desejos ilícitos, os

desvios comportamentais e tudo mais relacionado ao sexo fora dos padrões religiosos da época, e passou a ser uma técnica valorizada no Ocidente para produzir a verdade, difundindo-se na justiça, medicina, pedagogia, nas relações interpessoais e na esfera mais cotidiana. Crimes, pecados, doenças, infância, sonhos, desejos, pensamentos e passado são confessados em forma de consultas, interrogatórios, cartas, narrativas autobiográficas, entre outras. Está tão incorporada na sociedade que confessar não parece mais uma obrigação ou efeito de um poder coercitivo, mas algo natural que urge por revelar-se e tende até a banalizar-se (FOUCAULT, 1988).

A exemplo, Twitter e Facebook são duas das principais mídias sociais que incentivam essa prática. Neste último, com a pergunta “No que você está pensando?” na caixa de rascunho de publicações. Porém, é mais acentuada no Twitter, considerada pela maioria de seus usuários como um local de desabafo; se no Facebook você confessa a melhor parte da vida, mais estética e agradável como sonhos e desejos, no Twitter há mais liberdade para expressar a sua subjetividade com o limite de 280 caracteres sem receio de julgamento ou punição alheia, como as insatisfações pessoais. A primeira hashtag<sup>39</sup> #prontofalei surgiu em 2007<sup>40</sup> e tornou-se popular desde então entre os usuários do Twitter por acompanhar pequenas confissões, desabafos ou pensamentos pouco aceitáveis socialmente dos internautas. Por exemplo, a usuária “@doularaquelp” escreveu em novembro de 2010 “a verdade é q sou gorda! e gordo ã gosta de academia... gordo só vai pra academia de tanto encherem o saco dizendo q tem q ir! #prontofalei”<sup>41</sup>, já a “@diaryofshadows” em abril de 2012 disse “Acho inaceitável nutricionista gorda #prontofalei”<sup>42</sup>. Por outro lado, a confissão online não imune o indivíduo de ser punido quando essa repercute microagressões (conceito abordado detalhadamente mais à frente), ofende ou prejudica de alguma maneira outra pessoa ou uma comunidade. Foi o caso da consultora Justine Sacco, que antes de fazer uma viagem para a África do Sul em 2013 “tuitou” o seguinte em sua conta pessoal: “Indo para a África.

---

<sup>39</sup> Hashtags são palavras-chave acompanhadas do símbolo cerquilha (#) utilizadas em redes sociais para relacionar o conteúdo de uma imagem, texto ou vídeo a um assunto em específico. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2012/03/o-que-sao-hashtags-e-como-usar.html>> Acesso em: 19 de maio de 2019.

<sup>40</sup> Disponível em: <<http://ctrlq.org/first/50607-prontofalei/>> Acesso em: 19 de maio de 2019

<sup>41</sup> Disponível em: <<https://twitter.com/doularaquelp/status/1722187044102144>> Acesso em: 19 de maio de 2019

<sup>42</sup> Disponível em: <<https://twitter.com/diaryofshadows/status/194657482289848320>> Acesso em: 19 de maio de 2019



Espero que eu não pegue AIDS. Brincadeira. Sou branca!” o que resultou em uma onda de protestos online e culminou em demissão e problemas de saúde<sup>43</sup>.

O lugar da confissão transitou sutilmente para um lugar do testemunho com o decorrer do tempo. Na confissão, o sujeito diz “sofro por minha culpa”, no testemunho “sofro por culpa do outro”. A função do receptor da confissão era a de interpretar e orientar, já a de quem ouve o testemunho é ser receptivo e evitar a intolerância. Aquele que confessa tem como expectativa a libertação da culpa e dos desejos insidiosos, o que testemunha anseia por acolhimento e maior autoestima. Antes, por meio da confissão, o objetivo era apaziguar a culpa. Hoje, através do testemunho, é aplacar a vítima (FOUCAULT, 1988). Da mesma forma, a responsabilização do sofrimento sofre alterações no seu endereçamento e administrá-lo parece mais difícil. Enquanto a produção de culpa residia sobre o indivíduo, frágil e dócil, este era mais suscetível a seguir recomendações morais e ser controlado; mas agora a responsabilidade é redistribuída entre ações individuais e também coletivas (VAZ, 2010: 139), a sociedade é apontada como a principal culpada dos sofrimentos individuais. Quando o sujeito admitia sua culpa e era orientado pela figura pastoral — do pai, psiquiatra, padre ou outro —, também se responsabilizava por sua mudança (FOUCAULT, 2010). Porém, a medida em que esse poder pastoral entra em crise ou perde a sua eficácia, o indivíduo passa a reconhecer no outro a ameaça ao seu bem-estar. Locais como a clínica psicológica que possuíam uma abordagem focada na confissão passam a dar lugar às narrativas de testemunho, identificando o causador do sofrimento e oferecendo meios de superar essa dor.

As terapias de maior sucesso social não admoestam ou sequer propõem aos indivíduos pensarem sobre a implicação de seu desejo no que lhes acontece; seu único ensinamento parece ser aliviá-los da culpa que tanto os obceca e que os faz depreciarem a si próprios, ensinando-os, não a aceitar o acaso, mas a descobrir que sofrem por culpa do outro. (VAZ, 2010: 143)

Desabafar, compartilhar e manifestar sua visão de mundo e vida pessoal são atos necessários no processo de construção identitária. No caso da pessoa gorda ativista na luta contra a gordofobia, seu próprio corpo é tanto motivo de seu sofrimento como de sua redenção, pois embora tenha sofrido ou sofra por sua forma, trata-se do mesmo instrumento

---

<sup>43</sup> Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/carreira/10-publicacoes-no-twitter-que-ja-acabaram-em-demissao/>> Acesso em: 19 de maio de 2019

que possibilita uma narrativa de superação e inspiração à mudança dos conceitos que estabelecem o socialmente aceitável. “A identidade é constituída pela experiência de sofrimento ao mesmo tempo em que dá sentido a ela. Dentro desta narrativa, trauma e identidade se retroalimentam, justificam mutuamente suas existências. Em resumo: sofro porque sou, sou porque sofro” (VAZ & SANTOS, 2017: 13) e para atestar e explicar esse sofrimento que se vivenciou, a linguagem do testemunho é convocada. Esse tipo de narração autobiográfica se difere da confissão, a qual deriva do conflito que surge no sujeito entre o que se fez ou desejou e as regras morais, sendo ele o principal responsável pelo seu sofrimento por não aceitar seus desejos; enquanto que no testemunho a moralidade a ser criticada é a do outro, o indivíduo é vítima de quem foi negligente, indiferente ou preconceituoso com seu sofrimento (VAZ & SANTOS, 2017). Esse tipo de narrativa testemunhal permite identificar quais podem ser os vilões ou opressores de seu bem-estar: a indústria da moda, a mídia, a sociedade, o núcleo familiar ou a própria pessoa quando absorve os discursos de preconceito difundidos na cultura popular e pratica a autossabotagem por meio da depreciação, automutilação ou pelo desenvolvimento de transtornos alimentares, tais como a anorexia ou bulimia — definidos pelo Michaelis Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa na versão online<sup>44</sup> respectivamente como “distúrbio nervoso grave, caracterizado pelo medo obsessivo de engordar, fazendo com que a pessoa pare de se alimentar, fique desnutrida e tenha sua vida ameaçada” e “distúrbio psíquico que ocorre predominantemente em mulheres, em geral na adolescência, caracterizado por ingestão excessiva de alimentos que, em seguida, são eliminados por vômito autoinduzido, acompanhado de depressão”.

Outra forma de prejudicar a autoestima da vítima é por meio de microagressões, conceito desenvolvido por Derald W. Sue (2010) que em sua obra evidencia ações aparentemente pequenas, mas que contribuem para reforçar a marginalização de grupos sociais oprimidos. Para ele, o poder das microagressões repousa no fato do autor dessas ações estar inconsciente de que são comportamentos que ameaçam, humilham ou menosprezam a identidade de quem a mensagem é endereçada; geralmente negros, mulheres e pessoas LGBTQs. O Youtube é uma das principais plataformas utilizadas para tornar consciente essas atitudes e discutir de forma crítica as microagressões diárias. Em um de seus vídeos, Alexandra Gurgel aponta cinco palavras que considera gordofóbicas e que as pessoas deveriam retirar do vocabulário pois seriam formas supostamente banais, mas prejudiciais,

---

<sup>44</sup> Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/>> Acesso em: 18 de maio de 2019

de associar a pessoa gorda a algo negativo, são elas: gordice, olho gordo, pensamento gordo, gordelícia e acima do peso. Segundo ela, a última expressão pressupõe a existência de um peso ideal, verificado pelo cálculo do IMC (que divide o peso, em quilogramas, pela altura, em metros, ao quadrado), no entanto, assim como o indivíduo não tem controle sobre a sua altura, não teria também sobre o seu peso.

Você não tem controle sobre o seu peso, temos inúmeros estudos que estão chegando agora, inclusive no meu livro 'Pare de se odiar' falo sobre isso, calma que já vai entrar na pré-venda [...] mentem pra gente o tempo inteiro que tem como, mas não tem, a não ser que a gente viva num ciclo vicioso de insatisfações, repleta de doenças mentais onde o seu peso é o foco da sua vida e materialização do seu sucesso <sup>45</sup>

Ela também afirma que “obesidade não existe” e que essa seria outra palavra gordofóbica, pois patologiza o corpo gordo, ou seja, coloca sobre ele o estigma de doente. “Eu tenho 110 quilos e não tem nenhuma coisa que me impede de fazer nada”, afirma Alexandra<sup>46</sup>. Embora a Organização Mundial da Saúde (OMS)<sup>47</sup> defina o sobrepeso e a obesidade como acúmulo anormal ou excessivo de gordura que apresenta riscos à saúde tal como diabetes, doenças cardiovasculares, câncer e pode ser mensurada pelo cálculo do IMC; Alexandra argumenta que são dados que servem para fins de avaliação populacional e não individual. O vídeo, no entanto, não foi bem recebido pelo seu público e ela precisou desabilitar a função “comentários” devido aos ataques e discordâncias que estava recebendo dele e até mesmo de outras youtubers gordas, como Bárbara Cavalcante, que julgaram ser um “desserviço” Alexandra negar o status de doença da obesidade. Após a repercussão negativa, dias depois, ela gravou outro vídeo em que explica que o canal “WebTV Brasileira” a teria convidado para debater o assunto polêmico em uma transmissão ao vivo de vídeo com a presença de uma nutricionista e que, no entanto, ela recusou pois seria um estrategismo para deslegitimar a sua fala a colocando frente a uma especialista.

Eu não acho que eu tenho que me prestar a esse papel, porque eu não tenho que debater com uma nutricionista. Eu não sou nutricionista, eu sou uma militante. Eu não vou debater com uma pessoa que estudou e que está presa no que estudou para falar uma coisa que é vivência minha. O meu objetivo aqui é fazer você pensar diferente do que uma nutricionista vai falar. Meu

---

<sup>45</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=f1SdJkk3c2s>> Acesso em: 18 de maio de 2019

<sup>46</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=yqdjq0RgXdQ>> Acesso em: 18 de maio de 2019

<sup>47</sup> Disponível em: <<https://www.who.int/topics/obesity/en/>> Acesso em: 18 de maio de 2019

canal é sobre saúde mental e física de verdade, sem amarras e padrões impostos. E eu não tenho que provar nada pra ninguém, eu provo com a minha vida.<sup>48</sup>

O testemunho valida a condição de vítima, que é hoje “um ser valorizado, empoderado, cuja palavra repercute nos meios de comunicação de massa, sendo merecedor de políticas públicas e do reconhecimento mais amplo de seus direitos” (LERNER, 2012: 206). Testemunho, ode à autoaceitação e denúncia à gordofobia são os principais aspectos que orbitam o discurso de Alexandra Gurgel na internet; nesse último, preocupa-se em não só protestar contra a discriminação estética do corpo gordo mas repetidamente destaca práticas cotidianas que são, inconscientemente, discriminatórias. Assim, gordofobia não seria apenas temer o engordar e ter aversão à gordura alheia, mas seria também “não conseguir acesso livremente; é você não passar na catraca do ônibus; é você não conseguir sentar na poltrona do avião e quando consegue, o cinto não cabe em você e aí você tem de pedir sempre um cinto extra; é você ir no dentista e sair de lá com uma dieta, afinal de contas, o seu dente está podre porque você tá gorda; é escutar que você está solteira porque você tá gorda e homem não gosta de mulher gorda, mas de mulher magra; é ser visto como doente, se você é gordo você é doente. Você deve ter diabetes, pressão alta, você deve ter algum problema, afinal de contas, você é gordo e gordo não é saudável”, afirma Alexandra<sup>49</sup>. No vídeo “Minha história de luta contra o espelho #MaratonaBodyPositive” ela conta ter sido anoréxica e bulímica por certo tempo com o objetivo de atingir uma magreza “esquelética”, além de ter portado compulsão alimentar, fazer uso de remédios controlados e fazer terapia na adolescência. “A minha vida era em função do meu corpo. Eu não tinha vida social, eu não saía com amigos, eu não fazia nada porque eu não podia comer, não podia sair da dieta”<sup>50</sup>, desabafa. Já em seu Instagram, as legendas das fotos tornam mais evidente o discurso de autoaceitação como “Quando eu lembro de como eu me odiava dou valor a cada momento que eu posso pra curtir o meu corpo sem neuras. Ser feliz é bom demais! Você deveria tentar”<sup>51</sup> e a seguinte descrição:

---

<sup>48</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=yqdjQ0RgXdQ>> Acesso em: 18 de maio de 2019

<sup>49</sup> “A amiga magra da gorda”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=tXjOyLtHnmI&t=233s>> Acesso em: 26 de maio de 2019

<sup>50</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8zH-rcun4ws&t=488s>> Acesso em: 26 de maio de 2019

<sup>51</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BwniKgtlaXS/>> Acesso em: 26 de maio de 2019

Viver a liberdade com o seu corpo é o melhor presente que você pode dar a si mesma este ano. Esqueça as metas irreais, as dietas malucas de emergência, os remédios que só te fazem mal, os exercícios que te deixam exausta... Faça por você apenas o que te dá vontade de fazer para o seu bem! Use o que quiser usar, exercite-se da forma que se sentir melhor, esqueça essa necessidade louca de mudar seu corpo pra ser aceita. Aceite-se primeiro, ame-se primeiro, VIVA PRIMEIRO! Coloque-se em primeiro lugar na sua vida! Viva por você, para você e pense em você antes! Não é egoísmo, é amor-próprio! Faça por você a única coisa que ninguém vai poder fazer no seu lugar: ame o seu corpo e quem você é como um todo. Comece agora, faça já! “Mas como eu faço isso, Xanda?” Apenas comece. Olhe-se no espelho, perceba seu corpo, tire pessoas tóxicas da sua vida, mude os lugares que frequenta, comece a seguir pessoas que te fazem bem, mude seu olhar... É um processo longo e árduo, mas é pra vida toda! Só você pode fazer isso! Não espere o corpo perfeito pra começar a viver. Você já tem o corpo perfeito! Prefere passar a vida toda tentando se encaixar em um padrão inatingível (e que não existe) ou lutar pra se amar todos os dias? Adivinha qual foi a minha escolha? SOU UMA GUERREIRA, meuamô! É difícil, mas você consegue! Viver a liberdade corporal é a melhor coisa que poderia me acontecer. Nunca estive tão livreeee (olha as fotos daqui eu quase não tô com roupa hahaha)! Quero que você viva isso também! Permita-se, vai! VAMO AGORA!!! QUEM VEM COMIGO NESSA? #CorpoLivre<sup>52</sup>

Em relação aos relatos de obesidade na história, Vigarello (2012) elucida três tipos de testemunhos: o daquele que narra o sucesso na “cura” da obesidade, perda de peso e no tempo que levou para isso; o dos médicos e terapeutas que expõem suas diversas opções e tentativas de promover mudanças nos corpos de seus pacientes tal como a prescrição de medicamentos, a sugestão de exercícios combinados, massagens, entre outros; e o testemunho de obesos que sofrem para emagrecer. Cabe ressaltar aqui a aparição de um quarto e novo tipo de testemunho dentro dessa temática: o testemunho da pessoa gorda que aceita o próprio corpo, refuta modificações na sua forma — visto que apontam a mídia e a sociedade como principais motivadores de uma insatisfação e apelo a uma “adequação” corporal em vez de ser um desejo interno e genuíno do “eu” — e expõe os efeitos nocivos para a autoestima ao ceder ou deixar se afetar com as imposições estéticas.

Ademais, o uso de termos psicológicos soma-se ao testemunho de sofrimento da vítima. O século XX foi definido por Nikolas Rose (2008) como o “século da psicologia” para evidenciar a expansão de terminologias e outros aspectos de domínio psicológico na esfera cotidiana. As linguagens incorporadas passaram a moldar a forma em que o cidadão concebia a sua própria identidade, expressando-a por meio de descrições e julgamentos de caráter psicológico através da linguagem da personalidade, da ansiedade, da depressão, do

---

<sup>52</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BuoFjejFPX2/>> Acesso em: 26 de maio de 2019

trauma e entre outros. Os conceitos de realização pessoal, autonomia, liberdade e o modo do ser humano julgar a si mesmo também seriam reformulados seguindo princípios da psicologia e problemas de cunho social seriam analisados sob uma ótica psicológica.

A psicologia e as linguagens da psicologia construíram um senso comum na Europa e na América do Norte, na Austrália, na América Latina e em muitos outros lugares. O treinamento psicológico afetou profissionais de orientação de crianças, de trabalhos sociais, e mesmo de administração de recursos humanos. No processo, nossas muitas idéias do "self", da identidade, da autonomia, liberdade e da realização pessoal foram reformadas em termos psicológicos. Seres humanos, nessas regiões, vieram a se entender como se fossem habitados por um profundo e interno espaço psicológico, que estaria avaliando-os e agindo sobre eles nos termos dessa crença. As pessoas falam de si mesmas numa linguagem psicológica de descrição pessoal – a linguagem da inteligência, personalidade, ansiedade, neurose, depressão, trauma, extroversão, introversão – julgando-se em termos do que penso podermos determinar, quase com certeza, como uma "ética psicológica". Esse não foi apenas o processo de individualização; isso também inclui a "psicologização" da vida coletiva, a invenção da idéia de grupos, grandes e pequenos, das atitudes, da opinião pública e temas deste tipo. Práticas, da indústria ao exército, podem agora ser entendidas em termos de dinâmicas psicológicas das relações interpessoais. Problemas sociais, do preconceito e luta de grupos até à criminalidade e pobreza, são abalizados em termos psicológicos. (ROSE, 2008: 155-164)

O discurso de Alexandra corrobora o argumento de Rose quando utiliza termos já popularizados na sociedade como “trauma”, “solidão”, “ansiedade”, “saúde mental” e “depressão” para explicar as consequências que a gordofobia gerou em sua vida e podem ser encontrados nos vídeos “Ansiedade: Minha história, como cuidar, exercícios de respiração e+”<sup>53</sup>, “Como ter saúde mental no Instagram? Tenho dicas bem boas!”<sup>54</sup>, “Como eu superei a vontade de morrer?”<sup>55</sup>, “A solidão da mulher gorda é real”<sup>56</sup>, entre outros de seu canal no Youtube. Os discursos produzidos nesses vídeos corroboram para uma cultura marcada pelo ressentimento, onde histórias de violência e vitimização conversam entre si refletindo uma nova forma de produzir subjetividades e ressignificar identidades. As vítimas de gordofobia

<sup>53</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=qzpwkGbqY3Y&t=5s>> Acesso em: 26 de maio de 2019.

<sup>54</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=DNnEHPLe9lQ&t=10s>> Acesso em: 26 de maio de 2019.

<sup>55</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=LyJjc5MIUXc&t=4s>> Acesso em: 26 de maio de 2019.

<sup>56</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=rC01h9GHGLI>> Acesso em: 26 de maio de 2019.

que vêm à público denunciar os preconceitos, como a Alexandra Gurgel, assumem essa função social para si e para as outras vítimas.

Narrar o próprio sofrimento no espaço público traria ao menos dois benefícios: de um ponto de vista terapêutico, é positivo para a vítima, pois recupera a autoestima; além disso, ajudaria outros indivíduos que passam pelas mesmas experiências a se reconhecerem como vítimas inocentes pelo seu próprio sofrimento. [...] O crucial é permitir que um indivíduo que sofre no presente, não importando a forma desse sofrimento, seja capaz de conectar de forma causal esse sofrimento a algum evento do passado — no caso, a experiência de preconceito. (SANTOS & SANCHOTENE, 2017: 11. Grifo da autora.)

### 3.2. Canal Alexandrismos e a “Maratona Do Amor-próprio: Comece A Se Amar Em 31 Dias!”

Alexandra Gurgel é uma das principais personalidades brasileiras conhecidas por lutar contra a gordofobia. Possui uma coluna no site da revista Marie Claire<sup>57</sup>, já foi capa da revista Donna<sup>58</sup>, já participou do programa de tv “Encontro com Fátima Bernardes”<sup>59</sup>, de episódio da novela infanto-juvenil “Malhação”<sup>60</sup>, estrelou comercial de beleza da Avon<sup>61</sup>, videoclipe sobre empoderamento feminino<sup>62</sup> da cantora Pitty, uma das embaixadoras da marca de cosméticos Natura de 2019<sup>63</sup> e foi indicada ao prêmio MTV MIAW Brasil 2019 na categoria “Aposta MIAW do ano”<sup>64</sup>, com resultado final em agosto. Formada em Jornalismo pela PUC-RIO, criou seu canal no Youtube no dia 9 de outubro de 2015 e atualmente<sup>65</sup> possui um total de 441.561 inscritos e 22.739.924 visualizações em seus vídeos; que são postados na plataforma todas as terças, quintas e domingos ao meio dia e transmitidos ao vivo nas segundas-feiras, às dez e meia da noite.

<sup>57</sup> Disponível em: <<https://revistamarieclaire.globo.com/Blogs/alexandra-gurgel/noticia/2019/03/alexandra-gurgel-no-dia-da-mulher-se-de-um-presente-liberdade-com-o-seu-corpo.html>> Acesso em: 15 de maio de 2019

<sup>58</sup> Disponível em: <[https://pt-br.facebook.com/RevistaDonna/photos/a.109068829145598/2119648038087657/?type=3&eid=ARCGLCczPznpKa8\\_JDYxIY4zMinirMWPCkVJI3U2BjVxmPzHiEZIK0-qYjZ49abyMCyZwi15qgrkQMa&\\_\\_tn\\_\\_=EEHH-R](https://pt-br.facebook.com/RevistaDonna/photos/a.109068829145598/2119648038087657/?type=3&eid=ARCGLCczPznpKa8_JDYxIY4zMinirMWPCkVJI3U2BjVxmPzHiEZIK0-qYjZ49abyMCyZwi15qgrkQMa&__tn__=EEHH-R)> Acesso em: 15 de maio de 2019

<sup>59</sup> Disponível em: <[globoplay.globo.com/v/7058572](http://globoplay.globo.com/v/7058572)> Acesso em: 15 de maio de 2019

<sup>60</sup> Disponível em: <<https://gshow.globo.com/novelas/malhaao/2018/noticia/modelos-empoderadas-confira-os-bastidores-do-desfile-de-ursula-em-vidas-brasileiras.ghtml>> Acesso em: 15 de maio de 2019

<sup>61</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ugCVvInYhs0>> Acesso em: 15 de maio de 2019

<sup>62</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=DrQohmufpOw>> Acesso em: 15 de maio de 2019

<sup>63</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BwxDOfClqNO/>> Acesso em: 15 de maio de 2019

<sup>64</sup> Disponível em: <<http://www.mtv.com.br/noticias/betazh/indicados-miaw>> Acesso em: 15 de maio de 2019

<sup>65</sup> Os dados se referem a pesquisa feita no dia 23 de maio de 2019.

A escolha de Alexandra Gurgel e seu canal “Alexandrismos” ocorreu por ser ela uma figura importante que exemplifica tanto as reconfigurações sociais de reivindicações e resistência sobre como o corpo gordo é visto culturalmente como o fenômeno de pessoas comuns adquirindo maior respeito e autoridade em determinados assuntos, como a autoestima, — devido a popularização de plataformas de conteúdo online que facilitam o processo de formação de comunidades virtuais por nicho tal como o Youtube — por compartilharem suas próprias experiências, no lugar tradicional dos peritos ou especialistas que possuem maior conhecimento científico. No entanto, ao mesmo tempo em que os fãs ou essas comunidades virtuais escolhem e consagram uma voz como sendo sua representante, qualquer mudança feita pelo influenciador digital que de alguma forma entre em conflito com o seu discurso, como um que aborde a gordofobia e então transforme seu próprio corpo — sua principal fonte de autoridade, assim como as memórias passadas negativas que experienciou com ele, como constrangimentos sociais em lugares públicos — ou seja, o pilar que sustenta e dá credibilidade ao seu discurso, sua autoridade fica comprometida por questionamentos ou mesmo revogação pelos fãs, que podem ameaçar parar de seguir e de acompanhar a vida e os conteúdos divulgados pelo influenciador em suas mídias sociais.

Tendo isso em vista, ele precisa estar sempre revisitando as suas dores ou a de outros com histórias de vida semelhantes pela condição moral que a sociedade impôs culturalmente sobre o corpo e a gordura ou expondo e debatendo essa lógica que ainda perdura — na mídia, como na escolha dos protagonistas de produções audiovisuais; a cultura da imagem atrelada ao preconceito, na moda; na indústria da beleza, estética e farmacêutica com a venda de remédios e programas de emagrecimento, academias etc. Logo, seu discurso passa a conter fortes traços de uma narrativa testemunhal da vítima, onde o sofrimento se faz sempre presente e encontra no outro o principal autor dos seus traumas e baixa autoestima. “A narrativa de autoajuda e realização é, intrinsecamente, uma narrativa da memória e da lembrança do sofrimento” (ILLOUZ, 2011: 80).

Em contrapartida, para manter o seu público interessado e engajado não só no seu discurso, mas em sua rotina e personalidade, o influenciador precisa constantemente reafirmar e divulgar o seu estilo de vida e forma de pensar nas mídias sociais, geralmente marcadas pela abordagem do empoderamento, aumento da autoestima pela e melhora do amor-próprio através da autoaceitação; ou seja, são narrativas de sofrimento e ao mesmo tempo de superação que ajudam a inspirar uma comunidade considerada oprimida, que se



reconhece na figura de uma “líder” da causa contra a gordofobia e, em paralelo, ajudam a manter o influenciador relevante no tema em que se apropria.

Embora o canal apresente uma variedade de vídeos e playlists, uma em especial chama a atenção “Maratona do Amor-próprio: Comece a se amar em 31 dias”. No mês de abril, todos os youtubers são desafiados a participarem do VEDA (Video Everyday in April), que tem como proposta incentivar a publicação de vídeos na plataforma todos os dias de abril. Seguindo essa ideia, Alexandra Gurgel postou um vídeo para cada dia do mês de agosto de 2016 com o objetivo de despertar o amor-próprio de seus inscritos. Os vídeos possuem, em sua maioria, títulos com frases no imperativo indicando uma ordem ou conselho e, ao final de cada, apresentam exercícios para os usuários trabalharem a autoestima e a promessa de encontrarem solução nos vídeos seguintes. Os vídeos da playlist são intitulados, por ordem cronológica: Comece a se amar em 31 dias - Teaser; Dia 1- A importância de se amar; Dia 2- Você tem medo de se conhecer?; Dia 3- Pare de se odiar; Dia 4- Não posso mudar nada em mim; Dia 5- Como me vejo x como o outro me vê; Dia 6- E a sua autoimagem?; Dia 7- Apresente-se a um estranho. Quem é você?; Dia 8- Descubra seus pontos fortes; Dia 9- Você sabe receber elogios?; Dia 10- Pratique um autocuidado hoje e inclua em sua rotina; Dia 11- Aprenda a dizer não; Dia 12- Sorria e agradeça; Dia 13- Você não é um número; Dia 14- Não sinta culpa por comer; Dia 15- Acabe com a autossabotagem; Dia 16- Reveja quem anda com você; Dia 17- Pare de se comparar; Dia 18- Comece a seguir conteúdos de qualidade; Dia 19- Mente maravis, corpo maravis; Dia 20- Dê adeus a relacionamentos abusivos; Dia 21- Assuma a responsabilidade; Dia 22- Pare de se esconder; Dia 23- Faça novas amizades; Dia 24- Acabe com a intolerância; Dia 25- Vamos aprender a perdoar?; Dia 26- O que é empoderamento e como se empoderar?; Dia 27- A vida é muito curta; Dia 28- Ninguém vai resolver tudo; Dia 29- Marque compromisso com você mesma; Dia 30- Pratique todos os dias o amor por você mesma; Dia 31- Declare sua independência.

Em um primeiro momento, ela reconhece o tipo de autoridade em que seu discurso é pautado, na experiência, e não despreza a importância da autoridade científica. No entanto, compara os vídeos e o processo de autoaceitação e elevação da autoestima que ensina como um nível mínimo de se fazer terapia, como podemos observar nas frases a seguir:

Não sou psicóloga, coach... falo de acordo com as minhas experiências [...] Fazer os vídeos é como uma terapia<sup>66</sup>

Eu gosto muito de falar de psicologia, terapia, amor-próprio<sup>67</sup>

Eu gosto muito da psicologia positiva. Ela não esquece o lado negativo, só não é o foco da sua vida<sup>68</sup>

Eu fiz muita terapia, mas não foi a terapia que curou a minha culpa por comer [...] você fazer uma terapia é a melhor forma de se conhecer, ter um profissional é muito melhor [...] Eu falei pra vocês que não foi só a terapia que me curou disso porque, pra mim, fazer vídeos para o Youtube foi uma grande terapia também, porque eu comecei a me aceitar, a me amar e a não me culpar por comer. ‘Ah, Alexandra, eu preciso fazer terapia?’ Você se conhecer nada mais é do que fazer uma terapia. Seja falando com você mesma ou com um psicanalista<sup>69</sup>

O Youtube, pra mim, é papo de amiga<sup>70</sup>

Eu não sou psicóloga, falo minhas experiências<sup>71</sup>

Vomitar não é agir. O que é agir? É você procurar um psiquiatra, um psicólogo, conversar com alguém, assumir e reconhecer que você tem uma compulsão alimentar<sup>72</sup>

Me perguntam aqui porque eu faço isso, ajudar, se eu nem sou psicóloga. Porque eu quero que as pessoas se descubram, eu quero compartilhar isso

<sup>73</sup>

<sup>66</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=iuPCAzT-OOM&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=1](https://www.youtube.com/watch?v=iuPCAzT-OOM&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=1)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

<sup>67</sup> Disponível em:

<[https://www.youtube.com/watch?v=3nS2HNSIG8M&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=8](https://www.youtube.com/watch?v=3nS2HNSIG8M&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=8)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

<sup>68</sup> Disponível em:

<[https://www.youtube.com/watch?v=8GBGhhc7jxY&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=9](https://www.youtube.com/watch?v=8GBGhhc7jxY&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=9)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

<sup>69</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=23nXZnooipc&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=15](https://www.youtube.com/watch?v=23nXZnooipc&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=15)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

<sup>70</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=M1Uy-GZD7cQ&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=20](https://www.youtube.com/watch?v=M1Uy-GZD7cQ&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=20)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

<sup>71</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=-uEPiCfZmoU&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=21](https://www.youtube.com/watch?v=-uEPiCfZmoU&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=21)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

<sup>72</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=6JkI3-KBcyg&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=22](https://www.youtube.com/watch?v=6JkI3-KBcyg&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=22)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

<sup>73</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=6vnM3\\_LITMo&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=27](https://www.youtube.com/watch?v=6vnM3_LITMo&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=27)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

Apesar de não ser psicóloga formada e conferir valor a essa categoria, o discurso terapêutico presente em sua fala faz com que seus seguidores vejam em seus vídeos uma forma original e barata para conseguir os mesmos resultados de uma terapia.

Como eu li outro dia: 'Youtube é melhor que terapia'. Vc é ótima! (Vra Tatá)<sup>74</sup>

A minha psicóloga (Ranciely Moniky)<sup>75</sup>

Vc é tão linda ... q bom q conheci seu canal agora ... faz umas 2 semanas q eu conheci seu canal e eu ja mudei,um pouco,mais mudei haha e para mim foi muito ... tudo q vc falou e fala servi para mim ... suas palavras o jeito q vc fala ... já fui em vários psicólogos e nunca adiantava,eu me odiava e era muito isolada e seu canal me ajudou muito em apenas 2 semanas ... muito,muito obrigado mesmo ... seu canal é maravilhoso ♡♡♡" (Thaís Germano)<sup>76</sup>

Guria...assistir você é tipo uma terapia. Você é maravilhosa, já chorei várias vezes em vários dos seus vídeos (E olha que nem sou pisciana, sou aquariana!kkk). <3 (Valéria)<sup>77</sup>

Nossa Ale, você é maravilhosa! Muito obrigada por me fazer enxergar a vida e meu corpo de um jeito diferente. Muito obrigada mesmo <3 Principalmente depois desse vídeo, eu mudei meu jeito de pensar sobre tudo! (Brenda Barboni)<sup>78</sup>

Em praticamente todos os vídeos, Alexandra discorre sobre a própria experiência e emoções passadas com base numa narrativa de sofrimento para verificar o assunto em debate. Ela compartilha histórias e situações que vivenciou antes de aceitar o próprio corpo que causaram algum tipo de dano à sua auto-estima, ademais, levanta situações hipotéticas passadas que possam explicar um sofrimento atual dela ou de quem assiste ao vídeo. O passado se faz presente frequentemente para dar apoio às suas ideias. No vídeo do 4º dia do

<sup>74</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=2IcvdGJ3ei8&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=4](https://www.youtube.com/watch?v=2IcvdGJ3ei8&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=4)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

<sup>75</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=g59WpUZWiWw&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=3](https://www.youtube.com/watch?v=g59WpUZWiWw&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=3)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

<sup>76</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=zPvNL9ikgyc&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=5](https://www.youtube.com/watch?v=zPvNL9ikgyc&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=5)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

<sup>77</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=3nS2HNSIG8M&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=8](https://www.youtube.com/watch?v=3nS2HNSIG8M&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=8)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

<sup>78</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=6vnM3\\_LITMo&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=27](https://www.youtube.com/watch?v=6vnM3_LITMo&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=27)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

desafio, ela compartilha um caso em que estranhou ser elogiada e percebeu tempo depois que, inconscientemente, havia voltado a engordar. No vídeo do 6º dia, ela conta ter se sentido em conflito quando ouviu de alguém que ela era competente e organizada quando ouvia o completo oposto de seus pais na infância. Já no vídeo do 12º dia, ela fala da época em que não gostava de tirar foto sorrindo por ser sempre “muito depressiva” e com baixa autoestima; e no do 28º dia ela afirma “Eu tenho 27 anos de traumas, complexos e histórias”<sup>79</sup>. Abaixo, outro acontecimento passado que ela compartilha sobre a dificuldade de chegar à aceitação do próprio corpo:

Tô com 110 kg... eu já pesei 70 e pouquinhos quilos e isso pra mim é muito magra, eu me odiava nessa época! Fazia dieta da sopa, do leite e me pesava. Se eu não emagrecesse de noite, tomava diurético<sup>80</sup>

Outra característica marcante do discurso da Alexandra Gurgel é a identificação dos culpados do sofrimento, reconhecendo-se como integrante de um grupo oprimido e apontando aqueles que colaboram para mantê-la nesse status social e até mesmo como foi tecida essa trajetória. A opressão estética é mencionada com constância e seus agentes mais mencionados são a mídia, a sociedade e pessoas do passado que, em algum momento, foram críticas ou preconceituosas.

A mídia tá aí pra fazer a gente se sentir uma bosta... que a gente não pode ser gorda, não pode usar um top<sup>81</sup>

É bom que você entenda que muitas coisas que você quer, não é você que tá querendo, você foi induzida e esse ódio é induzido, você aprendeu a se odiar. Se você passou a vida toda se odiando e chegou aqui nesse vídeo, comece a lutar por se amar<sup>82</sup>

Muita coisa que eu mudei em mim é porque eu fui pressionada, porque fui oprimida, é a pressão da sociedade e da mídia<sup>83</sup>

<sup>79</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=-poqeipzGgg&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=29](https://www.youtube.com/watch?v=-poqeipzGgg&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=29)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

<sup>80</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=2IcvdGJ3ei8&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=4](https://www.youtube.com/watch?v=2IcvdGJ3ei8&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=4)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

<sup>81</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=g59WpUZWiWw&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=3](https://www.youtube.com/watch?v=g59WpUZWiWw&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=3)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

<sup>82</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=2IcvdGJ3ei8&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=4](https://www.youtube.com/watch?v=2IcvdGJ3ei8&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=4)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

<sup>83</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=zPvNL9ikgyc&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=5](https://www.youtube.com/watch?v=zPvNL9ikgyc&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=5)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

Outra situação: você estava na peça do colégio e você tinha que falar uma fala e não conseguiu, travou na hora, e aí todo mundo te zombou e falou que você era tímida e que não sabia falar em público. Até hoje você tem essa timidez e medo de falar em público por causa dessa situação específica [...] Você quando era criança usou um biquíni e alguém falou que você não poderia usar por ser gorda e, por isso, você acha que não pode usar certa roupa porque você é gorda. Você foi condicionada a agir, a pensar e a se ver devido a essas situações na sua vida [...] Eu acho muito difícil você ter uma imagem negativa de si mesma e não ter a ver com um fato que aconteceu ou outra pessoa que te falou alguma coisa [...] Eu não tô colocando culpa nos outros, mas é porque os outros constroem a nossa autoimagem. A gente é criança e a gente não pode fazer nada a não ser ouvir e a gente aprende a ser daquela forma<sup>84</sup>

A opressão estética é tão grande que é capaz de pessoas passarem a vida inteira infelizes porque elas não são do jeito que elas ‘deveriam’ ser, do jeito que a sociedade e a indústria quer que elas sejam. A indústria têxtil, da moda, a indústria alimentícia, farmacêutica<sup>85</sup>

A gente sofre essa opressão de ter que ser magra, perfeita e maravilhosa, com o corpo 36 ou 38, e a comida está totalmente ligada ao fato do corpo estar magro ou gordo. Porque gordo é gordo porque come besteira, não é isso? Não é. [...] O preconceito tá instalado na nossa sociedade, tá na nossa história desde a escravidão, assim como o machismo, a gordofobia, a homofobia<sup>86</sup>

Não fazer parte dessa ditadura da beleza é muito difícil porque faz parte da sociedade, mas a gente pode se rebelar no individual<sup>87</sup>

Por fim, o seu discurso oscila entre apontar culpados em grande escala e responsabilizar o próprio indivíduo para que não ceda às opressões do outro, mas busque ferramentas para administrar a si mesmo. O amor-próprio do sujeito depende mais dele mesmo, da forma que gerencia sua mente e comportamento, do que daquele que contribui para perpetuar a gordofobia e outras formas de preconceito. O que não anula, porém, o esforço da influenciadora em mudar esse cenário por meio da conscientização. Parece contraditório ela na maioria das vezes utilizar uma narrativa do sofrimento de retomar ao passado para explicar certos “traumas” ou atitudes e afirmar pertencer a um grupo oprimido

<sup>84</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=KjEHbC\\_cr7E&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=7](https://www.youtube.com/watch?v=KjEHbC_cr7E&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=7)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

<sup>85</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=KxN8yQhbqqg&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=14](https://www.youtube.com/watch?v=KxN8yQhbqqg&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=14)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

<sup>86</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=23nXZnooipc&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=15](https://www.youtube.com/watch?v=23nXZnooipc&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=15)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

<sup>87</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=BwUe7hBazvQ&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=28](https://www.youtube.com/watch?v=BwUe7hBazvQ&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=28)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

da sociedade, contudo, rejeitar a posição de vítima. É nesse momento que a narrativa da superação se apresenta e ela só é conquistada a partir de um empreendimento de si mesmo.

Na culpa você não se move, continua naquela sofrência [...] Não assumo a culpa, assumo a responsabilidade pelos seus atos [...] Nós não somos culpados, coitados, vítimas ou fracassados. Nós somos humanos [...] Assumo a responsabilidade dos seus erros, tome consciência do que aconteceu e aja!<sup>88</sup>

Mas para sair de um estado para outro, algumas atitudes são necessárias, como as que ela sugere ao final de cada vídeo. Alguns dos exercícios para aumentar a autoestima ensinados por Alexandra Gurgel, são: responder por escrito às perguntas “eu realmente me amo?” e “por que eu não me amo?”; fazer uma lista de tudo o que a pessoa mudaria em si, separando o possível do impossível e o que está ligado às pressões estéticas que vem do outro; comparar como o outro a enxerga e como a própria pessoa se vê, avaliando se não foi ele que te condicionou a pensar negativamente sobre si; listar quais são as suas qualidades; agradecer pelas coisas que tem e por ser quem é; meditar; tirar foto sorrindo com a hashtag da maratona; se analisar e considerar procurar um psicólogo; elogiar-se e fazer algo pela própria aparência; aprender a dizer não para o que não quer e “sim” para você mesma; posicionar-se frente a um espelho e dizer como você é e como se definiria para outra pessoa que acabasse de conhecer; fazer um teste online para descobrir seus pontos fortes e tentar usar todos os dias alguma dessas características; assistir a um vídeo do canal sobre pedir perdão.

---

<sup>88</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=6JkI3-KBcyg&list=PLTzAjoqhOji\\_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=22](https://www.youtube.com/watch?v=6JkI3-KBcyg&list=PLTzAjoqhOji_rxLvO3JfXobRF960Y3VsI&index=22)> Acesso em: 9 de janeiro de 2019

#### 4. A Autoestima E Seus Diferentes Peritos

O dicionário online Michaelis<sup>89</sup> define a autoestima como um sentimento de satisfação e contentamento pessoal do indivíduo que reconhece suas qualidades, habilidades, potencialidades positivas e que se sente seguro e confiante com seu jeito de ser. Uma autoestima saudável, em uma de suas definições na Psicologia (BRANDEN, 1969), é a experiência constante de ser capaz de lidar com os desafios básicos da vida e obter felicidade, forma-se gradualmente e seus principais pilares são a autoeficácia — ou seja, ter a confiança necessária na própria capacidade de pensar, aprender, escolher e fazer boas decisões, conseguindo gerenciar bem os desafios e as mudanças da vida — e o amor-próprio; a crença de que felicidade, respeito, realização, sucesso, amor e amizade são direitos seus. A ausência de qualquer um desses componentes seria fator prejudicial à autoestima. Para fortalecer a autoestima são necessárias as práticas da autoaceitação, autorresponsabilidade, autoafirmação, integridade, de viver conscientemente e com propósito; foi o que concluiu o psicoterapeuta e escritor canadense-americano Nathaniel Branden após três décadas de estudo. Para o psicólogo americano Abraham Maslow, a estima (que abriga a autoestima, autoconfiança, aprovação social, respeito dos demais, status e outros) é a segunda necessidade humana mais importante da pirâmide hierárquica que também abriga as necessidades fisiológicas, de segurança, sociais e de realização pessoal. A ordem apresentada na “Pirâmide Maslow” (ANEXO B) não é fixa ou rígida, mas uma representação da maioria das respostas que o psicólogo obteve na pesquisa realizada por ele. Maslow afirma que as motivações inerentes para a conquista de autoestima podem ser classificadas como o desejo de adequação, realização, independência, liberdade, força, confiança ou, em segundo lugar, o desejo por reputação, fama, reconhecimento, atenção, importância ou dignidade. Ao satisfazer a autoestima, o indivíduo conquista “sentimentos de autoconfiança, valor, força, capacidade e adequação, de ser útil e necessário no mundo” (MASLOW, 1954: 45, tradução nossa)<sup>90</sup>.

---

<sup>89</sup> Disponível em <<http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=autoestima>> Acesso em: 5 de junho de 2019

<sup>90</sup> No original “Satisfaction of the self-esteem need leads to feelings of self-confidence, worth, strength, capability, and adequacy, of being useful and necessary in the world.”

“Sentimentos de pertencimento, de ser um de um grupo, de identificação com objetivos de grupo e triunfos, de aceitação, ou ter um lugar, de estar em casa ” (MASLOW, 1954: 72, tradução nossa)<sup>91</sup> são alguns dos fenômenos determinados pela gratificação de necessidades básicas e que compõem a autoestima. Essa informação permite compreender o sucesso por trás de narrativas de testemunho e de sofrimento nas abordagens sobre autoestima feitos por grupos oprimidos, como faz o canal Alexandrismos no combate à gordofobia. A narração de memórias e experiências pessoais sobre uma trajetória de êxito ou ainda de superação no processo de elevação da autoestima, expõe um caráter mais humano e menos técnico que facilita a formação engajada de grupos sociais que compartilham de um mesmo trauma ou infelicidade, como é o caso das vítimas de gordofobia. E a principal chave para a construção de uma autoestima saudável, por esses agentes responsáveis implicitamente por influenciar um determinado público, é a autoaceitação, ou seja, “a recusa em considerar qualquer parte de nós mesmos - nossos corpos, nossos medos, nossos pensamentos, nossas ações, nossos sonhos - como estranhos, como ‘não eu’.” (BRANDEN, 1969: 257, tradução nossa)<sup>92</sup>. Embora o Youtube colabore na disseminação desse processo, a relação entre grupos sociais oprimidos e a reivindicação por uma retomada da autoestima não é um fenômeno novo, em 1992, Gloria Steinem — jornalista célebre por seu engajamento com o feminismo — já ressaltava essa necessidade em “A revolução interior: um livro de autoestima”:

Não importa quem somos nós, a jornada em direção ao resgate da autoestima que deveria ter sido nosso direito de nascença segue passos semelhantes: uma primeira experiência de enxergar-nos por meio dos nossos próprios olhos, em vez dos olhos dos outros. (STEINEM apud FREIRE, 2013: 42)

O autogoverno e o empoderamento, propostos com a finalidade principal de melhora da autoestima, seriam então formas não de solucionar, mas de burlar e resistir a sistemas de opressão que incentivam os indivíduos a serem ou apreciarem quaisquer coisas que não eles mesmos e suas próprias qualidades: o gordo que busca ser magro a todo custo ou é quase sempre retratado de forma pejorativa nos círculos sociais, o feio que utiliza diversas técnicas estéticas e cirúrgicas para ser belo, o cabelo crespo que deseja ser liso, o negro que não gosta da própria cor muito em razão dos privilégios sociais menores que os do branco, o indivíduo

---

<sup>91</sup> No original “Feelings of belongingness, of being one of a group, of identification with group goals and triumphs, of acceptance, or having a place, aloneness”

<sup>92</sup> No original “Self-acceptance is the refusal to regard any part of ourselves—our bodies, our fears, our thoughts, our actions, our dreams—as alien, as ‘not me.’”



que rejeita e luta contra a própria sexualidade no anseio de ser aprovado socialmente etc. Alexandra Gurgel afirma que “amar o próprio corpo é um ato revolucionário” e “ir contra tudo o que te ensinaram”<sup>93</sup>, no entanto, esse trabalho da autoestima consiste mais em uma transformação de dimensão pessoal e psicológica na forma em que a pessoa se vê, que uma reestruturação dos sistemas e fatores externos (sociais, políticos ou econômicos) que motivam a baixa autoestima em grupos oprimidos. Ou seja, a problemática está na supervalorização do subjetivo no lugar do factual, como se a única fonte e solução para a falta de autoestima estivesse no próprio indivíduo, centralizando nele a responsabilidade e diminuindo ou desconsiderando a contribuição negativa de um possível abuso emocional por não se ter controle sobre ele, por exemplo.

Ao invés de suscitar a ação coletiva necessária à mudança das condições de injustiça numa determinada sociedade, a autoestima reduz os sofrimentos existentes a uma questão psicológica que deve ser modificada no âmbito da reflexão individual, reforçando valores neoliberais como a meritocracia e o individualismo, que se tornaram hegemônicos na forma como os sujeitos contemporâneos irão interpretar suas trajetórias de vida. (SANTOS & SANCHOTENE, 2017: 13)

A autoestima está mais próxima da autoaceitação que da autocrítica, pois esta última pressupõe uma reavaliação pessoal para mudar a si mesmo e pode ser interpretada como não gostar de si mesmo. Alexandra Gurgel, porém, não defende essa autoestima tóxica e compulsória apesar de muito falar dela, a youtuber faz questão de pontuar que se aceitar não necessariamente implica em se conformar, mas caso necessário, mudar a si mesma contanto que seja uma vontade exclusivamente sua. “Conformismo é quando você aceita uma coisa de bom grado e sem questionamentos. Aceitação é quando você aceita algo com questionamento — você precisa aceitar, se questionar, entender”, afirma em entrevista<sup>94</sup>. No entanto, o que diferencia o seu discurso dos demais — com base nos diversos vídeos de seu canal que foram até aqui analisados — continua sendo a ênfase em não precisar mudar o corpo para cultivar o amor-próprio, mas expô-lo, usar roupas curtas e fazer outras coisas que deixava de fazer por medo do preconceito ou baixa autoestima. O empoderamento, para ela,

---

<sup>93</sup> Disponível em: <<http://eusouplus.com/amar-seu-corpo-e-ir-contra-tudo-o-que-te-ensinaram-diz-alexandra-gurgel/>> Acesso em: 8 de junho de 2019

<sup>94</sup> Disponível em: <<http://eusouplus.com/amar-seu-corpo-e-ir-contra-tudo-o-que-te-ensinaram-diz-alexandra-gurgel/>> Acesso em: 8 de junho de 2019

é “sair na rua do jeito que você quiser, você usar a roupa que você quiser, você amar quem você quiser, você comer o que você quiser, você ter a profissão que você quiser”<sup>95</sup>. Assim, recuperar a autoestima faz parte de um processo de responsabilidade individual, superando conceitos mentais que impediriam o indivíduo de se sentir realizado, e que também pode ser alcançada com as dicas oferecidas no canal. Para um outro segmento de influenciadoras digitais, a autoestima provém justamente de um estado constante de inconformismo e transformação do próprio corpo e também se apresentam como facilitadoras dessa jornada do amor-próprio, são as chamadas musas fitness.

#### **4.1. Musas Fitness: Autoestima Através Da Transformação Do Próprio Corpo**

“O homem experimenta seu próprio desejo por autoestima como um imperativo urgente, como uma necessidade básica” (BRANDEN, 1969: 109, tradução nossa)<sup>96</sup> e, na sociedade contemporânea, não faltam personalidades que visam atender a essa demanda de forma pedagógica. Psicólogos, musas fitness e outros influenciadores digitais disputam espaço de autoridade sobre os temas de autoestima, amor-próprio e bem-estar dentro e fora das mídias sociais. No caso das musas, a autoestima é “vendida” por meio de uma narrativa de desafios, superação e sucesso geralmente narrada no Instagram com fotos de “antes e depois”, imagens de treinos em academia ou no Youtube com tutoriais que divulgam um estilo de vida saudável e participações de pessoas que também compartilham a própria jornada e técnicas de alcance do corpo idealizado.

A disciplina é um ponto central da narrativa de emagrecimento pregada por essas influenciadoras. A popularização de redes sociais que permitem o compartilhamento de fotos pessoais, como o Instagram, aumentou o estado de constante vigilância sobre os corpos na sociedade contemporânea. “A disciplina organiza um espaço analítico” (FOUCAULT, 2014). Processos disciplinares sobre os corpos existem há tempos, como por exemplo nos exércitos onde o melhor soldado é aquele que inicialmente carrega em seu corpo traços naturais de vigor e coragem, conforme discorre Foucault (2014) em “Vigiar e Punir”. Mas é a partir da segunda metade do século 18 que esse soldado torna-se algo que se fabrica, manipula, treina, adentra e modela. A disciplina envolve uma forma de dominação, começada

---

<sup>95</sup> “Dia 26: O que é empoderamento e como ser empoderada?” Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=6vnM3\\_LITMo](https://www.youtube.com/watch?v=6vnM3_LITMo)> Acesso em: 8 de junho de 2019

<sup>96</sup> No original “Man experiences his desire for self-esteem as an urgent imperative, as a basic need”

entre os séculos 17 e 18, que adota um método de docilidade sobre os corpos, ou seja “é dócil um corpo que pode ser submetido, que pode ser utilizado, que pode ser transformado e aperfeiçoado” e que tem por objetivo “trabalhá-lo detalhadamente; de exercer sobre ele uma coerção sem folga, de mantê-lo ao mesmo nível da mecânica — movimentos, gestos, atitude, rapidez: poder infinitesimal sobre o corpo ativo.” (FOUCAULT, 2014: 134)

No Youtube, Mayra Cardi soma 702 mil inscritos. Já no Instagram, ela possui 3,3 milhões de seguidores. Ex-BBB, empresária e coach ela é responsável pelo programa de emagrecimento “Seca Você Renove”, que ganhou destaque quando a cantora Anitta aderiu treinamento e emagreceu quase 10kg em 40 dias<sup>97</sup>. No perfil (@secavocerenove)<sup>98</sup>, ela exhibe dicas e fotos dos corpos de seus clientes antes e depois do processo de mudança com legendas motivacionais, como no exemplo:

Foram 16,7 kg eliminados em 8 semanas. Fruto de muita dedicação e mudança de mentalidade. Você é capaz de fazer coisas que nem imagina. Mudança envolve permissão, permita-se MUDAR! Permita-se conhecer o novo e ver quantas coisas boas ele tem pra te oferecer. Cada dia que você não se movimenta em direção a sua meta é muito! Comece!<sup>99</sup>

No seu canal do Youtube, além de compartilhar a vida pessoal (como a experiência da maternidade), na playlist de vídeos “gordices saudáveis”<sup>100</sup> ela ensina receitas de doces “zero gordura, zero lactose, zero açúcar e muito sabor”<sup>101</sup>. Mayra é uma das musas fitness mais famosas e também polêmicas. Em 2016, após denúncias ao seu programa de emagrecimento, o Conselho Regional de Nutricionistas da 3ª Região, sediado em São Paulo, informou que Mayra Cardi não estava inscrita no Sistema CFN/CRN como nutricionista, logo, não estaria habilitada para exercer as atividades da função como havia fazendo. Uma das suas clientes na época, a advogada tributarista Daniela Alves, chegou a afirmar que “Ela passava a mesma dieta para quem tinha 70kg e para quem tinha mais de 100kg. Achamos

<sup>97</sup> Disponível em: <<https://revistaquem.globo.com/Entrevista/noticia/2017/08/mayra-cardi-anitta-tinha-compulsao-alimentarr.html>> Acesso em: 8 de junho de 2019

<sup>98</sup> Disponível em: <Man experiences his desire for self-esteem as an urgent imperative, as a basic need> Acesso em: 8 de junho de 2019

<sup>99</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/ByGq8lpgmtJ/>> Acesso em: 8 de junho de 2019

<sup>100</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=-HXcL520fJs&list=PLCv7FO7Ef04ikNe1ov59uuaNvutMgrXvP>> Acesso em: 8 de junho de 2019

<sup>101</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=w8GJG8IRxIs&t=32s>> Acesso em: 8 de junho de 2019.

aquilo estranho e questionamos. Muita gente pediu o dinheiro de volta”<sup>102</sup>. Para afinar a cintura, Mayra já aconselhou seus seguidores que enrolassem plástico-filme na barriga durante os exercícios físicos<sup>103</sup> e costuma ser muito criticada por propagar uma ideia de corpo perfeito que não corresponde à realidade, como quando mostrou o corpo definido uma semana após o parto<sup>104</sup>. Comentários como "A sua realidade não é de muitas mães, foca na realidade" tiveram como resposta da coach "Qual a minha realidade? Você não pode escolher comer bem? Como diz no post? Trabalho, cuida da minha filha, filho e marido sem babá porque eu quero, não entendo de que realidade você fala que eu tenho que te impede de não comer bem", reforçando a ideia de que para alcançar o corpo ideal basta ter força de vontade.

Seguindo as polêmicas, a musa fitness Gabriela Pugliesi já chegou a sugerir às suas seguidores que comessem nuas em frente ao espelho para que, vendo o tanto que comem, sentissem vergonha do próprio corpo e isso as motivasse a emagrecer; a mastigar o chocolate só para sentir o sabor e, em seguida, cuspir<sup>105</sup>; para motivar seus seguidores a comerem bem, utilizava hashtags com os dizeres “menos nescau e mais cacau” e “e quem jantou estrogonofe bora pra esteira”<sup>106</sup>; também contou que para seguir a dieta à risca, enviou uma foto nua para uma amiga. Caso ela comesse “besteira”, sua foto seria divulgada, assim, a ameaça iminente a manteria “na linha”<sup>107</sup>. Como Mayra, Pugliesi também não possui formação de nutricionista e nem de profissional de educação física, sendo inclusive denunciada em 2017 por exercício ilegal da profissão<sup>108</sup>. Porém, isso não a impede de compartilhar suas rotinas de treino e receitas gastronômicas saudáveis em seu Instagram (@gabrielapugliesi)<sup>109</sup>, para os mais de 4 milhões de seguidores, e no Youtube (Vendi Meu Sofá com Gabriela Pugliesi), para os 680 mil inscritos. Autora, lançou os de autoajuda “A vida é mara”, onde compartilha clichês como “Ninguém vai fazer por você. Levante-se, agradeça e faça” e dicas de autoestima, paz interior

<sup>102</sup> Disponível em: <<https://www.editorasanar.com.br/blog/conselho-de-nutricao-diz-que-mayra-cardi-nao-pode-exercer-a-profissao>> Acesso em: 8 de junho de 2019.

<sup>103</sup> Disponível em: <<https://www.vix.com/pt/bdm/corpo/5-conselhos-desastrosos-que-as-musas-fitness-dao-para-voce>> Acesso em: 8 de junho de 2019.

<sup>104</sup> Disponível em: <<https://natelinha.uol.com.br/famosos/2018/10/27/mayra-cardi-mostra-corpo-pos-parto-e-recebe-criticas-alienada-121272.php>> Acesso em: 8 de junho de 2019.

<sup>105</sup> Disponível em: <<https://www.vix.com/pt/bdm/corpo/5-conselhos-desastrosos-que-as-musas-fitness-dao-para-voce>> Acesso em: 8 de junho de 2019

<sup>106</sup> Disponível em: <<https://www.amazon.com.br/Raio-Gabriela-Pugliesi-saud%C3%A1vel-perder-ebook/dp/B00NEXV13A>>> Acesso em: 8 de junho de 2019.

<sup>107</sup> Disponível em: <<https://metropolitanafm.com.br/novidades/famosos/deu-ruim-gabriela-pugliesi-gera-polemica-com-dica-para-manter-dieta>> 8 de junho de 2019.

<sup>108</sup> Disponível em: <<https://extra.globo.com/noticias/educacao/vida-de-calouro/polemica-com-gabriela-pugliesi-reafirma-necessidade-de-formacao-para-educadores-fisicos-20978648.html>> Acesso em: de junho de 2019.

<sup>109</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/gabrielapugliesi/>> Acesso em: de junho de 2019

e felicidade; e “Raio X de Gabriela Pugliesi: como levar uma vida saudável sem perder a graça da vida”, onde reúne informações sobre saúde, nutrição e qualidade de vida. Segundo ela, em uma publicação no Instagram onde mostrou fotos antigas, antes de começar no mundo fitness ela era uma “criança muito gordinha até uns 14 anos. Muito preguiçosa e só comia besteira” e afirmou que “hoje sou magra porque me cuido”<sup>110</sup>.

Todas essas afirmações, dicas de sucesso e cultura de estilo de vida saudável propagado pelas musas fitness expõem um caráter narrativo de autorresponsabilidade no processo de emagrecimento, desconsiderando outros fatores (como o biológico ou financeiro) e hipervalorizando a força de vontade; estimulam a autculpabilização, quando a dieta ou o exercício físico não são respeitados; e promovem a noção de que a gordura é sinônimo de falta de disposição e disciplina.

Tais situações exemplificam o que Fischler (1995) definiu como uma das características da nossa época, a lipofobia, ou seja, uma obsessão pela magreza e rejeição extrema à obesidade. Como destaca Goldenberg (2002), há uma cultura de vilanização da gordura que, junto à flacidez ou moleza, é classificada como símbolo da indisciplina, da falta de investimento do indivíduo nele mesmo, em sua autoestima e uma ameaça à própria saúde. Um corpo “saudável” logo é associado a um corpo “sarado”, firme, musculoso e livre de qualquer aspecto de desleixo. Com isso, o bem-estar físico e emocional passam a ser as principais justificativas ou bandeiras levantadas pelas influenciadoras fitness para a manutenção de um discurso de autoestima, empoderamento da forma corporal e, em algumas vezes, de gordofobia. Discurso esse que apenas popularizou-se com o surgimento das mídias sociais, mas sempre esteve presente. Na edição de abril de 1994 da Revista Cláudia (ANEXO C), uma matéria sobre musculação apontava os benefícios da atividade física para evitar o acúmulo de gordura e a possível aparição de doenças derivadas dela, além de tranquilizar as leitoras sobre o risco à feminilidade:

---

<sup>110</sup> Disponível em: <<https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/saude/dietas/ex-gordinha-blogueira-fitness-diz-comia-tudo-que-via,d0e099b59f3bc410VgnVCM3000009af154d0RCRD.html>> Acesso em: 8 de junho de 2019.

Livre do fantasma de “Rambo” ameaçando a feminilidade, a musculação transformou-se numa alternativa simpática [...]. Uma bela silhueta é sem dúvida o argumento. [...] Mas a importância dos músculos vai muito além de um corpo bonito. Eles ajudam a construir um organismo mais saudável. A musculação é considerada hoje uma das estratégias mais eficazes contra o envelhecimento. “A partir dos 30 anos, a mulher começa a perder massa muscular e a acumular gordura corporal”, explica Zogaib. “Isso é parte do processo de envelhecimento”, diz o médico. E o acúmulo de gordura não só contraria nossa vaidade como também predispõe a doenças cardíacas e diabetes. A musculação retarda esses problemas. (ANEXO C)<sup>111</sup>

Já na edição de janeiro de 1971 da Revista Querida, a matéria “Os feios que nos perdoem, mas beleza é fundamental” assinada pelo cirurgião plástico Dr. Sérgio Bisaggio, divulga a cirurgia plástica como um método capaz de devolver a autoestima e de resolver outros problemas de ordem psicológica (traumas, inseguranças etc):

A cirurgia plástica está aí para resolver êsse e outros tantos problemas físicos, que muitas vezes ultrapassam sua faixa externa, atingindo o interior do ser humano, trazendo problemas de ordem psicológica. Daí a cirurgia plástica ter sido freqüentemente chamada de cirurgia-milagre. Não por seu aspecto puramente técnico, mas pelo seu lado psicológico, que elimina os traumas mais profundos, desde que êsses estejam relacionados a deformidades físicas. Nestes casos, após a operação, há um resultado realmente fabuloso, devolvendo o indivíduo ao convívio de seu semelhante, completamente curado de seus complexos, seguro de si e com nova alegria de viver. [...] A obtenção de um maior equilíbrio emocional leva a uma estabilidade mais acentuada em todos os setores da vida. Quando a pessoa está consciente do problema, a primeira coisa a ser feita é recorrer a um cirurgião plástico, que é a única pessoa que poderá dizer com segurança o que pode ser feito (ANEXO D)<sup>112</sup>

#### **4.2. Mudanças Na Expertise: Autoridade Pela Experiência Ou Pelo Conhecimento?**

Em relação à identidade, a autenticidade de quem cria conteúdo no Youtube pode ser mais importante que a sua própria temática. Pessoas que lidam com a solidão ou o preconceito, por exemplo, podem encontrar nessa plataforma outras pessoas com os mesmos tipos de sofrimentos que escolhem documentá-los e discuti-los, seja por alívio ou encorajamento e, assim, gerar afinidade e sentimento de pertencimento a uma comunidade.

<sup>111</sup> Revista Cláudia. Edição de abril de 1994, p. 94

<sup>112</sup> Revista Querida. Edição de janeiro de 1971, p. 53

O valor da experiência tem atingido um nível mais expressivo que o dos peritos habituais, no que se refere à autoridade sobre determinados assuntos, principalmente na esfera online. As pessoas não desejam apenas ouvir diagnósticos ou informações distantes de suas realidades, mas criar vínculos emocionais que as aproximem dos conteúdos assistidos. A pesquisa “Video Viewers Google/Provokers” mostra que “conexão” e “identidade” são dois dos quatro principais pilares que explicam a motivação do público na hora de procurar por vídeos no Youtube. Para 9% dos consumidores, há um desejo por autodescoberta e (des)construção pessoal motivados por quem comunica do outro lado da tela, seja na revisão de certos valores ou na quebra de tabus que afetam o indivíduo<sup>113</sup>.

O seguinte trecho publicado no site “Youtube Insights”, que analisa a pesquisa mencionada acima, ajuda a compreender a mentalidade que envolve esse fenômeno onde a opinião de um influenciador pode valer mais que a de um profissional:

Bem que já diziam: o melhor conselho é o exemplo. E isso tem de sobra na grande comunidade chamada YouTube. Os pontos de vista são para lá de realistas para quem já sentiu na pele algo próximo do que as pessoas estão buscando [...] no Youtube vemos cada vez menos gurus e mais levantadores de questões, puxadores de papo, facilitadores.<sup>114</sup>

Há um verdadeiro nicho no Youtube dedicado a discutir e promover a autoestima e a elevação do amor-próprio, principalmente por meio de vídeos que contenham narrativas testemunhais de superação. A máxima popular “se eu consigo, você também consegue” parece ter mais aceitação e popularidade que o conhecimento técnico e profissional, conforme podemos observar na seguinte comparação entre três vídeos do canal Alexandrismos e outros três de psicólogos clínicos sobre temas semelhantes, numa pesquisa feita pela autora deste trabalho em maio de 2019:

---

<sup>113</sup> Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/pesquisa-video-viewers-como-os-brasileiros-estao-consumindo-videos-em-2018/>> Acesso em: 11 de dezembro de 2018

<sup>114</sup> Disponível em: <<https://www.youtubeinsights.withgoogle.com/expressoes/para-encontrar-representatividade>> Acesso em: 11 de dezembro de 2018

**Figura 5: Quadro comparativo de vídeos de psicólogos no Youtube sobre autoestima**

Comparação de vídeos sobre autoestima de canais de psicólogos no Youtube						
Canal	Inscritos	Título do vídeo	Data de publicação	Visualizações	“Gostei”	Comentários
Jaqueline Pinto (CRP 04/22513)	38 mil	Aprenda a desenvolver seu amor-próprio	30/09/2017	7.084 mil	786	27
Pamela Magalhães (CRP 06/8836)	209 mil	Como melhorar o seu amor-próprio?	19/12/2018	37.335 mil	3,2 mil	391
Sobre a vida – Frederico Mattos (CRP 06/77094)	131 mil	Autoestima: causas e como melhorar	21/03/2017	89.154 mil	6 mil	202

**Figura 6: Quadro comparativo de vídeos do canal “Alexandrismos” sobre autoestima**

Canal Alexandrismos – 437 mil inscritos				
Título do vídeo	Data de Publicação	Visualizações	“Gostei”	Comentários
8 dias de como começar a se amar e ter amor-próprio	26/06/2016	110.502	11 mil	395
Como saber se eu tenho baixa autoestima?	17/04/2018	73.913	12 mil	507
Dia 1: A importância de se amar #MaratonadoAmor Próprio   IOVEDA	01/08/2016	63.649	9 mil	285

Os canais dos psicólogos escolhidos para a comparação foram canais com uma quantidade expressiva de inscritos — pois analisar um canal pouco popular com o “Alexandrismos” poderia resultar em dados tendenciosos — e que também fornecessem o código de registro profissional a fim de comprovar o ofício. Jaqueline Pinto define a si mesma em seu canal como “psicóloga clínica especialista em inteligência emocional e autoestima



feminina”, no entanto, é a que menos possui visualizações no vídeo em que ensina a desenvolver o amor próprio. Pamela Magalhães, além de estar no Youtube, também conta com a fama pela sua participação em programas da emissora Rede Vida, TV Gazeta e Band e totaliza 561 vídeos na sua página. Ainda assim, comparado ao canal Alexandrismos que desde a sua criação possui 390 vídeos publicados e o dobro de inscritos, os números que aprovam o seu conteúdo em “Como melhorar o seu amor próprio?” são elevados, mas não tanto quanto aos da influenciadora Alexandra. De todos os canais de psicólogos, o vídeo que apresenta maior destaque é o de Frederico Mattos com 89 mil visualizações em “Autoestima: causas e como melhorar” assim como 202 comentários e 6 mil “gostei”. No entanto, o engajamento no Youtube é avaliado como a soma do número total de “gostei”, favoritos, compartilhamentos e comentários dividido pelo de visualizações, que é a base e fator primordial no sucesso alcançado por um vídeo. Como a quantidade de “favoritos” e “compartilhamentos” não é exibida ao público em geral, apenas ao influenciador para fins estratégicos, não é possível fazer o cálculo exatamente como o esquema acima. Porém, se levarmos em consideração as outras informações as quais temos acesso (comentários, gostei e visualizações), mesmo o vídeo da Alexandra Gurgel com o menor número de visualizações “Dia 1: A importância de se amar #Maratona do AmorPróprio | IOVEDA” possui uma taxa maior (145,8) de engajamento que o do canal Sobre a Vida (69,5).

Em relação ao conteúdo e aos discursos, os três psicólogos analisados possuem um tom calmo, explicativo e sempre iniciam os vídeos apresentando oralmente, ou por escrito na edição, a função que exercem. De forma didática, contextualizam a autoestima ou amor-próprio e oferecem técnicas para gerenciar essas características, sempre com foco na definição e desenvolvimento do conceito. Vestem roupas casuais e o cenário da maioria remete a um consultório, com itens como poltronas, luminária e vaso de planta. No vídeo “Como melhorar o seu amor-próprio?”<sup>115</sup>, Pamela Magalhães dá algumas dicas “pare de se comparar com outras pessoas”, “identifique seus limites”, “seja tolerante” para, então, sugerir perguntas a serem respondidas pela pessoa que assiste, com o objetivo de que ela mesma se questione e se avalie, como por exemplo “quais recursos você viabiliza para que você seja amado?” e “como você se identifica?”. A autorresponsabilidade é reforçada por Pamela Magalhães e Jaqueline Pinto quando afirmam, respectivamente: “Pare de se vitimizar e seja responsável pelas suas ações. Pare de o tempo inteiro querer achar um culpado, se

---

<sup>115</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=sdToVtQnnjg>> Acesso em: 26 de maio de 2019

apropriie da sua parcela de contribuição” e “Se responsabilize pelo seu coração! Eu sempre digo lá no meu consultório que se o coração está dentro do nosso peito, nós somos responsáveis pelo que passa dentro dele”<sup>116</sup>. Já no vídeo do canal “Sobre a vida”<sup>117</sup>, antes de apontar dicas para melhorar a autoestima, Frederico Mattos usa a psicanálise e o conceito de “superego” para explicar como a autoimagem é formada na infância e é distorcida com o passar do tempo devido a alguns desafios impostos pela pós-modernidade como “a jovialidade compulsiva” e a “competitividade”. “A autoestima, portanto, é um trabalho artesanal, uma construção de um relacionamento saudável consigo mesmo, com mais empatia pelas nossas necessidades, com mais aceitação das nossas dificuldades. Em última instância, a autoestima é resultado de um treino, longo, duradouro e persistente”, ele afirma.

Diferentemente, nos vídeos do canal Alexandrismos analisados, Alexandra Gurgel possui um tom mais enérgico, agitado e amigável, saudando os telespectadores com os adjetivos “lindo” e “linda”. Aqui já há uma dimensão mais pessoal do conceito, composto por exemplos que mostram não alguém com uma narrativa de sucesso e êxito na conquista do amor-próprio e autoestima, mas de alguém que às vezes passa por fases ruins na forma como se vê, mas que não deixa de se policiar para administrar positivamente essas características. As experiências pessoais também são constantemente mencionadas e ajudam a conferir valor ao seu discurso e a demonstrar solução para quem a assiste com base em sua própria confissão de superação.

Eu sei disso, eu já passei por isso. Você acha que eu sou um exemplo de mulher que se ama? Eu não sou [...] todo dia eu faço exercícios para voltar pra mim e falar ‘a sua vida vale muito’. Acha que já não pensei em acabar com a minha vida? Claro que já. É o maior atestado de falta de amor-próprio. Mas a vida vale muito a pena, a gente consegue ultrapassar os problemas, ir além. Mas não é fácil, não vou falar pra você que é uma fórmula facinha [...] tem dia que eu não quero me olhar no espelho<sup>118</sup>

Além desse tipo de solução, ela sugere dicas que coloquem a pessoa que a assiste na posição de responsável pela própria autoestima: “faça algo que você ama”, “saiba o que você precisa e não o que você quer”, “tenha um ritual com você mesma”, entre outras presentes

<sup>116</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=z7IkJLGTIFw&t=253s>> Acesso em: 26 de maio de 2019

<sup>117</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=m9MHcMqnt\\_4&t=279s](https://www.youtube.com/watch?v=m9MHcMqnt_4&t=279s)> Acesso em: 26 de maio de 2019

<sup>118</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=XNnWmTTqU7U&t=13s>> Acesso em 03 de junho de 2019

no vídeo “8 dicas de como começar a se amar e ter amor-próprio”<sup>119</sup>. Ela também aponta e faz críticas veementes aos dificultadores do processo de uma autoestima mais positiva. Nesse caso, a razão para a baixa autoestima de alguém seria sempre o outro, que faz despertar na pessoa alguma insegurança pessoal, ou a sociedade em que a pessoa está inserida. Segundo ela, mudar a si mesma para adequar-se a um padrão na expectativa de elevar a autoestima não é uma solução plausível, defende o inverso, que essa autoestima só pode ser alcançada quando a sociedade aceita e promove acessibilidade para corpos fora do padrão ou quando a pessoa busca uma forma de não deixar-se afetar por essas imposições.

Eu tenho tanto direito quanto um cara tem direito, eu tenho tanto direito quanto uma mulher magra tem direito. [...] eu não aceito como a sociedade patriarcal e machista olha a gente. Eu não tô dentro desse olhar. Não tem cadeira pra mim, não tem catraca pra mim, não tem assento pra mim, não tem cinto que caiba em mim, não tem roupa no shopping pra mim, não tem poltrona no cinema pra mim. [...] é muito mais fácil você fazer uma dieta e emagrecer ou tentar se encaixar num padrão de alguma forma do que você trabalhar em ter uma autoestima boa. E não quer dizer que se você emagrecer, os seus problemas de autoestima e de amor-próprio vão acabar. No meu caso, eles só acabaram quando eu parei de fazer dieta e quando eu parei de lutar contra o corpo que eu fui designada a ter que é desse tamanho, eu sou grande mesmo, e só depois disso que eu consegui encontrar o amor-próprio, trabalhar a minha autoestima e entender que ninguém vai me desmerecer.<sup>120</sup>

É necessário ressaltar que a narrativa dos conteúdos publicados no Youtube não ficam somente nessa plataforma, mas se estendem para o Facebook, Twitter, Instagram ou outra rede social em forma de discussões online, por exemplo, o que ajuda no crescimento do canal pois acaba atraindo e incentivando outras pessoas a se tornarem novos inscritos ou no mínimo a acessarem algum vídeo e assim contribuir com mais uma visualização. Tendo isso em vista, influenciadoras digitais como a Alexandra Gurgel que aborda questões relacionadas ao corpo e autoestima no Youtube, também utiliza suas outras redes sociais para corroborar o que defende e, para isso, tem a própria vida e experiência como meios que justificam a existência de seu canal e de sua causa e, sempre que necessário, recorre a eles para atestar um pensamento ou visão de mundo. Para exemplificar, no dia 24 de abril de 2019 ela publicou em sua conta de Instagram uma foto do dia anterior em que estava seminua em frente a um

---

<sup>119</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=3FkvpIVJB3U&t=526s>> Acesso em: 26 de maio de 2019

<sup>120</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=GgeqMIi0Eco>> Acesso em; 3 de junho de 2019

espelho de hotel para comprovar e explicar aos seus seguidores que continuava sendo gorda, devido algumas pessoas afirmarem que ela teria emagrecido, o que colocaria em xeque o seu poder de fala e autoridade no assunto. No dia 29 de abril ela retomou o assunto no Twitter<sup>121</sup>. Numa sequência de textos curtos, afirmou ter recebido muitos comentários como “eu esqueço que você é gorda” ou “você tá magra”, o que seria bom por normalizar o corpo que ela apresenta porém ruim por estigmatizar corpos maiores que o seu. Além disso, ela também possui outras publicações em seu Instagram em que aparece dançando, seminua ou exibindo o corpo em biquínis geralmente acompanhadas de legendas motivacionais sobre empoderamento e autoaceitação.

**Figura 7: Foto de Alexandra Gurgel mostrando seu corpo no Instagram**



Fonte: Instagram “alexandrismos”<sup>122</sup>

No vídeo “Emagreci e neste vídeo conto tudo (motivo, transtornos etc)”<sup>123</sup> ela também conta que, devido as suas fotos no Instagram, ela estaria recebendo muitos comentários sobre ter emagrecido. “Não vou julgar você que falou que eu emagreci [...] e é muito doido eu ter que vir me explicar e falar ‘sim, eu emagreci! Me perdoem!’”, após isso,

<sup>121</sup> Disponível em: <<https://www.google.com/url?q=https://twitter.com/alexandrismos/status/1122998411001761792&sa=D&ust=1558188161531000&usg=AFQjCNErNM2I1sUZHTdsSAVx0YcCk0TU1w>> Acesso em: 15 de maio de 2019.

<sup>122</sup> Disponível em: <<https://instagram.com/alexandrismos>> Acesso em: 15 de maio de 2019

<sup>123</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=l\\_IRAAIHj\\_4&t=314s](https://www.youtube.com/watch?v=l_IRAAIHj_4&t=314s)> Acesso em: 26 de maio de 2019.

explica que emagreceu devido a ansiedade para produzir o seu livro “Pare de se odiar” e que não se sentia mais bonita mais magra, porém sentia-se feliz por caber em algumas peças de roupa. Alguns comentários desse vídeo chamam a atenção por observarem uma pressão para que ela se mantenha gorda como se fosse o único meio de preservar o seu discurso e até mesmo fazerem críticas em relação ao tom da influenciadora quando aborda o emagrecimento:

Gente q doideira! Antes vc tinha uma pressão estética para se manter magra, agora vc sofre pressão social para ser gorda. Será q um dia vamos ser donos do nosso próprio corpo? (Felipe Rocha)<sup>124</sup>

A Alexandra quer sempre colocar o "emagrecimento" como algo ruim... Não minha querida a pessoa pode emagrecer de uma forma saudável e estar feliz nesse processo! (Jéssica Pereira Costa)<sup>125</sup>

Mas, pera... se algum dia você QUISER comer saudável e fazer atividade física (com isso, consequentemente, vai emagrecer) você vai ser uma fraude? E não vai mais poder ajudar outras pessoas? Simplesmente pq estará mais magra? Estou perguntando na boa mesmo (Raphaela Oliveira)<sup>126</sup>

uma coisa recorrente, que eu tenho percebido em seu canal, é que você só aborda assuntos/questões das quais você já passou/superou e tem uma opinião formada (severa, diga-se de passagem....rs) sobre o assunto... e sempre no tom de "crítica" pesada... (usei aspas pois não achei a palavra certa..). Fica parecendo, infelizmente, uma certa "lição de moral" sabe... Acho legal vc abordar suas experiências de vida, mas ao mesmo tempo, [...] parece que vc só toca no assunto quando é pressionada ou quando tem patrocinador... E quando toca no assunto, td soa como uma "lição de moral" ou um "puxão de orelha" como se vc fosse a dona da razão... Sei que isso é uma consequência da sua característica de fala... mas gostaria de ver vídeos nos quais vc compartilhe seus questionamentos pessoais e se expõe... não me venha com textos e argumentações prontas que isso fica muito impessoal... a gente quer mais de vc Xuxu! Só isso! haha Te adoooo! (Marzia Mendes)<sup>127</sup>

---

<sup>124</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=1\\_IRAAIHj\\_4&t=314s](https://www.youtube.com/watch?v=1_IRAAIHj_4&t=314s)> Acesso em: 26 de maio de 2019.

<sup>125</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=1\\_IRAAIHj\\_4&t=314s](https://www.youtube.com/watch?v=1_IRAAIHj_4&t=314s)> Acesso em: 26 de maio de 2019.

<sup>126</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=1\\_IRAAIHj\\_4&t=314s](https://www.youtube.com/watch?v=1_IRAAIHj_4&t=314s)> Acesso em: 26 de maio de 2019.

<sup>127</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=1\\_IRAAIHj\\_4&t=314s](https://www.youtube.com/watch?v=1_IRAAIHj_4&t=314s)> Acesso em: 26 de maio de 2019.

A autoestima relacionada diretamente ao corpo transformou-se num nicho de conteúdo e mercado para além das fórmulas de emagrecimento. No Youtube, são vários os canais populares por abordarem em grande parte de seus vídeos as implicações que a gordofobia, a aversão ao corpo gordo, têm na vida pessoal e como “sobreviver” apesar disso de uma forma leve e empoderada: Mundo Gordelícia com Mariana Xavier (505 mil inscritos); Tá Querida (596 mil inscritos); Ju Romano (200 mil inscritos); Naju Araújo (42 mil inscritos); Nunca Te Pedi Nada (1 milhão de inscritos); entre outros<sup>128</sup>. Numa pesquisa online feita em maio de 2019 pela autora deste trabalho, onde 828 pessoas participaram — sendo a maioria da faixa etária de 18 a 24 anos (64%)<sup>129</sup> e mulher cisgênero<sup>130</sup> (78,7%) — viu-se que 58% já pesquisaram uma ou mais de uma vez por vídeos no Youtube sobre autoestima e amor-próprio e outros 8% nunca pesquisaram, mas possuem interesse<sup>131</sup>. Das 527 pessoas que responderam quem protagonizava os vídeos desse tipo, apenas 29,4% disseram se tratar de um psicólogo ou especialista<sup>132</sup>, predominando o número de influenciadores (70,6%) que abordam o tema. Os canais “Alexandrismos”, “JoutJout”, “Ellora Haone” e “Tá Querida”<sup>133</sup> foram respondidos com maior frequência quando foi pedido que lembrassem em quais canais viram algum vídeo desse teor. Algumas respostas chamam a atenção quanto ao poder de influência dos youtubers sobre a questão da autoestima:

Nunca procurei, mas vejo alguns vez ou outra da JoutJout e acho uma "terapia barata" válida... Bem ABC pra quem tá começando no processo de auto crítica (Anônimo)

Não cheguei a acompanhar, na época em que pesquisei eu estava passando por problemas emocionais porém, não tinha conhecimento sobre isso. Com os vídeos pude perceber que precisava de ajuda, e foi aí que decidi começar uma terapia, que tem me ajudado a seguir em frente. (Marina Alves Ferreira)

---

<sup>128</sup> Dados considerados até o dia 15 de maio de 2019, já que a quantidade de inscritos em um canal pode aumentar ou diminuir ao longo do tempo.

<sup>129</sup> Ver Apêndice C

<sup>130</sup> Ver Apêndice B. Cisgênero é um termo que se refere ao indivíduo que se identifica em todos os aspectos com o seu “gênero de nascença”. Pessoas transgênero e não-binárias também participaram da pesquisa, conforme pode ser observado no apêndice B. Enquanto o primeiro termo se refere a quem se identifica com um gênero diferente do que lhe foi atribuído quando nasceu, o segundo diz respeito aqueles que não se veem pertencentes a um gênero exclusivo.

<sup>131</sup> Ver Apêndice D.

<sup>132</sup> Ver Apêndice E.

<sup>133</sup> Ver Apêndice F.

Apenas 5,9% das pessoas consideram sua autoestima alta e 30,3% equilibrada na maior parte dos dias, para 63,7% varia de baixa a frágil<sup>134</sup>. Apenas 10% estão completamente satisfeitos com seus corpos enquanto 61% avaliam negativamente seu nível de satisfação<sup>135</sup>. Para 58,8% o que mais costuma afetar sua autoestima são os aspectos físicos relacionados ao peso, corpo, aparência, cabelo e afins<sup>136</sup>. Para melhorá-la e promover o amor-próprio<sup>137</sup>, 765 respostas com mais de uma opção permitida apontaram as seguintes ações recorridas: atividades físicas, como academia ou esporte (18,4%); atividades que geram um bem-estar, como cuidados com a pele e massagem (17,6%); prática de meditação e afirmações positivas (16,3%); dieta ou reeducação alimentar (12,7%); acompanhamento psicológico (11,8%); assistem a vídeos sobre o tema (10,2%); tomam remédios (6,2%); leem livros sobre o tema (4,1%) e também têm aqueles que não fazem nada (2,6%). Perguntados se fazem ou já fizeram acompanhamento psicológico<sup>138</sup>, 52,2% responderam que não e os principais motivos<sup>139</sup> para isso seriam a falta de dinheiro (54,1%) e a falta de tempo (17,3%). No Youtube, não é preciso pagar o equivalente a uma sessão de terapia, basta possuir conexão com a internet, e em vez de 40 ou 60 minutos de sessão, em menos tempo que isso podem ser visualizados vídeos que abordem maneiras de praticar o amor-próprio. Assim, torna-se uma plataforma acessível para estimular o desenvolvimento de um autoconhecimento. A pesquisa também nos aponta que o principal motivador da baixa autoestima nas mulheres cisgênero continua sendo o corpo e outros aspectos físicos e, para isso, recorrem aos cuidados com a aparência e boa forma; e quando vão assistir a algum conteúdo sobre amor-próprio, influenciadores digitais são os que mais discutem o tema, sob uma perspectiva pessoal pautada na experiência e superação.

Apesar de parecer um movimento novo, a experiência pessoal já era utilizada como parâmetro que conferia autoridade para medicalizar e patologizar a vida desde o século XVIII, com as publicações de George Cheyne, um influente médico e escritor mais conhecido pela obra *The English Malady* onde recomenda a dieta como tratamento básico para a melancolia (TURNER, 1991). No livro ele menciona os diversos benefícios da dieta para a saúde mental e a longevidade com origem na sua própria experiência pessoal no começo de

---

<sup>134</sup> Ver Apêndice G.

<sup>135</sup> Ver Apêndice H.

<sup>136</sup> Ver Apêndice I.

<sup>137</sup> Ver Apêndice J.

<sup>138</sup> Ver Apêndice K.

<sup>139</sup> Ver Apêndice L.

sua carreira médica. Quando Cheyne mudou-se para Londres, os cafés faziam sucesso na cidade e ele engordou *448 pounds*, o equivalente a 203kg. Para ele, o controle do próprio corpo possuía uma dimensão quase religiosa. A saúde era parte do dever religioso, onde a glotonaria deveria ser a todo custo evitada conforme o cristianismo pregava. O controle das paixões e desejos da carne e a promoção da saúde física e mental seriam as bênçãos adquiridas com a dieta (TURNER, 1991). Logo, moralidade e boa forma começavam a tomar uma proporção sinônima. Implicitamente, atribuía-se à pessoa obesa um status religioso e moral decadente, alguém incapaz de controlar seus próprios desejos, além do estigma de doente. Somente após realizar dieta com base no consumo de leite e vegetais, exercícios físicos frequentes e regular o sono que ele pode finalmente usufruir de estabilidade mental e tranquilidade, narrando sua trajetória em seu livro.

Agora, pesando 203 kg, o corpo de Cheyne exibia a sua decadência moral, sendo a causa de sua doença o seu estilo de vida libertino. A superficialidade moral de sua vida tornou-se evidente quando seus amigos o abandonaram nos primeiros sinais da doença. Até mesmo aqueles que ele ajudou nas dificuldades 'agora desistiram de mim e me abandonaram' (GUERRINI, 1999: 8, tradução nossa)<sup>140</sup>

O termo “autoestima” foi introduzido no vocabulário da Psicologia na virada do século 20, firmando-se a partir dos anos 1930 (FREIRE, 2012). Na década de 1970, a baixa ou alta autoestima já era tratada como condição que perpassa o individual e aflige gerações, comunidades e nações inteiras. O discurso da necessidade de promover e incentivar a autoestima é uma forma de fundamentar reivindicações de minorias que procuram ser respeitadas, ou seja, sentirem-se merecedoras do mesmo tratamento digno dado a outros grupos sociais (FREIRE, 2012).

Alexandra Gurgel usa sua plataforma no Youtube não só para conscientizar as pessoas sobre o preconceito contra pessoas gordas como também busca normalizar comportamentos pelos quais pessoas magras não são questionadas ou humilhadas tanto quanto o grupo que representa. Por exemplo, em um vídeo<sup>141</sup> ela lista itens que só passou a usar depois de se aceitar, como o uso de roupas justas e curtas que, normalmente, são vistas

---

<sup>140</sup> No original "Yet, at thirty-two stone (448 pounds), Cheyne's body also displayed his moral decay for the cause of his illness was his profligate lifestyle. The moral shallowness of his life became evident when his friends abandoned him at the first sign of illness. Even those whom he had assisted in their extremities 'did now entirely relinquish and abandon me'"

<sup>141</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=6La5tKhrDQs&t=698s>> Acesso em: 26 de maio de 2019



pela sociedade como inadequadas para pessoas gordas. “Eu sei que choca e às vezes eu gosto de chocar. Gosto que a pessoa olhe, ache estranho e logo depois fale ‘nossa, interessante... eu também posso ser assim’. Minha barriga é maravilhosa e ela não tem que ser de um jeito para eu mostrar ela”, afirma.

Em um outro vídeo<sup>142</sup> mais antigo, ela relata que ao fazer uma viagem internacional em 2015 e comprar vários *cropped*s (blusas curtas), ouviu de uma pessoa magra “você tá louca que você vai sair assim?!” e por ainda não ser empoderada, se sentiu mal com isso e não usou a blusa; mas foi a partir desse episódio que começou a se questionar por que não teria o mesmo direito de usar uma roupa desse tipo sem sofrer julgamento alheio pelo seu corpo. Além disso, quando Alexandra aparece nesses trajes que descreve ou seminua nas suas contas online significa uma forma que encontra de rejeitar e criticar padrões de beleza que não a incluem e tornar o seu corpo aceitável socialmente, ou seja, não mais o esconde, mas o exhibe ao grande público.

---

<sup>142</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=96kDv2o8xps&t=265s>> Acesso em: 26 de maio de 2019

## 5. Conclusão

Considerando as discussões apresentadas e a análise do objeto de estudo, conclui-se que a vítima identificada é a que sofre preconceito contra seu corpo obeso, seu principal fator de identificação; comunica o seu sofrimento por meio de uma narrativa do testemunho onde a experiência pessoal prevalece e utiliza constantemente termos antes de propriedade do campo da Psicologia para explicar as consequências do preconceito para a sua integridade mental; o principal meio em que expõe ao mesmo tempo sua dor e superação é o Youtube; faz essa tarefa com uma certa função social de denunciar e conscientizar quanto ao preconceito, gerar identificação e sentimento de pertencimento a um grupo a quem passa ou passou por situações semelhantes de gordofobia; seu público a vê não como vítima ou alguém estacionada no próprio sofrimento, mas uma voz que dá visibilidade às outras e um tipo de especialista barata e acessível nos temas autoestima e autoimagem corporal; os principais culpados apontados por ela são a sociedade e a mídia, quando não ela mesma através da crença nas regras morais e estéticas impostas socialmente; a principal solução apresentada por essa vítima é o desenvolvimento da própria autoestima; e interpreta esse conceito como o resultado de um processo de autoaceitação do próprio corpo e rejeição contínua ao senso comum gordofóbico.

Apesar de aparentar ser um discurso benéfico e empoderador, o discurso de autoestima da influenciadora digital Alexandra Gurgel encontra algumas problemáticas que não devem dispensar o questionamento, já citadas anteriormente, mas que reitero: pressupõe a desnecessidade de realizar qualquer alteração corporal para alcançar a autoestima, sendo um trabalho unicamente mental e de autopercepção, a responsabilidade pela autoestima encontra culpados, mas é principalmente individual; com o objetivo de retirar o estigma de “doente” do obeso, ela acaba minimizando o saber médico no tema, contrariando-se até mesmo à Organização Mundial da Saúde (OMS), por esta categorizar a obesidade como doença, e ao modelo de cálculo (IMC) da mesma que define se uma pessoa está acima ou abaixo do peso; embora denuncie constantemente as práticas de gordofobia na expectativa de transformação social, sua relevância e condição de vítima dependem da manutenção desse sistema, afinal, sem ele não há o que ser debatido ou reivindicado; e por ela conferir grande valor à experiência pessoal, qualquer sinal de emagrecimento faz com que seu público questione a sua autoridade no assunto, cabendo a ela justificar e comprovar ainda possuir um tipo físico fora dos padrões exigidos pela mídia e sociedade, visto que não adequar-se a essas

imposições seria um ato de resistência, logo, mudar a si mesma nesse sentido poderia ser interpretado como uma contradição; além disso, transforma a vida e o próprio discurso em uma forma de obter lucro, o que pode colocar em prova a autenticidade de seu conteúdo.

Por fim, o discurso de autoestima proposto por Alexandra Gurgel — que defende a autoaceitação e é vista como um perito no assunto — entra em disputa com o mesmo discurso de especialistas como Psicólogos, que possuem uma abordagem mais teórica e científica, recorrendo a conceitos da área para explicar e orientar de forma assertiva e pedagógica sobre a autoestima, mas que não possuem tanta adesão e reconhecimento pelo público quanto influenciadoras como a Alexandra ou mesmo as musas fitness, que também disputam esse espaço ao relacionarem a autoestima com a necessidade de transformação corporal e mudança para um modo de vida considerado mais saudável, mas que dependem inicialmente de uma própria não-aceitação de si. O que incita a reflexão de até que ponto a experiência pessoal pode ser absorvida como uma forma de conhecimento e autoridade sobre determinados assuntos, já que dado o exemplo das musas e as polêmicas que as envolvem, há um constante embate entre a forma correta de orientar esse público a um estilo de vida saudável — com acompanhamento de profissionais da área de Nutrição e Educação Física — e a forma em que isso é praticado.

Este trabalho, porém, não encerra o assunto. Trata-se apenas de um recorte de uma temática ampla sobre corpo, preconceito e disputas de autoridade. As observações aqui colocadas poderiam estimular outros estudos sobre o preconceito em geral e autoridade: como o preconceito é vivenciado dentro das próprias comunidades identitárias que se formam — pessoas gordas que normalizam um certo nível de gordura, mas ignoram padrões maiores de gordura, por exemplo ; como o público lida com essas novas autoridades; e a expansão da área de atuação de profissionais da saúde na internet, como compartilham o conhecimento online e disputam espaço com outros personagens.

## 6. Referências Bibliográficas

ARAÚJO, Kênya Lima de et al. **Estigma do nutricionista com obesidade no mundo do trabalho**. Rev. Nutr., Campinas, v. 28, n. 6, p. 569-579, Dez. 2015. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-52732015000600569&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52732015000600569&lng=en&nrm=iso)> Acesso em: 4 de junho de 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/1415-52732015000600001>.

BRANDEN, Nathaniel. **The Psychology of Self-Esteem: A revolutionary approach to self-understanding that launched a new era in modern psychology**. New York: John Wiley & Sons, 1969. Disponível em: <<http://www.al-edu.com/wp-content/uploads/2014/05/Branden-The-Psychology-Of-Self-Esteem-1966-2001.pdf>> Acesso em: 6 de junho de 2019.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRO, Gisela G. S. Comunicação, consumo e capital humano: cultura digital e mercantilização das subjetividades. In: \_\_\_\_; FREIRE FILHO, João; COELHO, Maria das Graças Pinto (Org.). **A promoção do capital humano: mídia, subjetividade e o novo espírito do capitalismo**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 1997.

FISCHLER, Claude. Obeso benigno e obeso maligno. In: \_\_\_\_; Sat'Anna, Denise (Org.). **Políticas do corpo**. São Paulo: Estação Liberdade. p.69-80. 1995

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

FOUCAULT, Michel. O sujeito e o poder. **Uma trajetória filosófica para além do estruturalismo e da hermenêutica**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010..

FREIRE FILHO, J. “Autoestima é tudo!”: anotações para um Dicionário de ideias feitas sobre a felicidade. In: \_\_\_\_; RIBEIRO, A. P. G.; HERSCHMANN, M. (Orgs.). **Entretenimento, felicidade e memória: forças moventes do contemporâneo**. Rio de Janeiro: Anadarco, 2012.

GOLDENBERG, M. & RAMOS, M. S. A civilização das formas: o corpo como valor. In: \_\_\_\_; GOLDENBERG, M. (Org.). **Nu e Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

GUERRINI, Anita. **Obesity and Depression in the Enlightenment: The Life and Times of George Cheyne**. Norman: University of Oklahoma Press, 1999. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=upXHAXsWNhQC&lpg=PP1&dq=Obesity%20and%20Depression%20in%20the%20Enlightenment%3A%20The%20Life%20and%20Times%20of%20George%20Cheyne&hl=pt-BR&pg=PP1#v=onepage&q=Obesity%20and%20Depression%20in%20the%20Enlightenment:%20The%20Life%20and%20Times%20of%20George%20Cheyne&f=false>> Acesso em: 26 de maio de 2019

HUYSSSEN, Andreas. **Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

ILLOUZ, Eva. Sofrimento, campos afetivos e capital afetivo. **O amor nos tempos do capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. p. 60 - 106

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora ALEPH, 2009

LERNER, Kátia. Memória, mídia e narrativas de sofrimento . In: \_\_\_\_; RIBEIRO, A. P. G.; HERSCHMANN, M. (Orgs.). **Entretenimento, felicidade e memória: forças moventes do contemporâneo**. Rio de Janeiro: Anadarco, 2012.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 1996.

MASLOW, H. Abraham. **Motivation and Personality**. Nova York: Harper & Row, 1954. Disponível em: <[http://s-f-walker.org.uk/pubsebooks/pdfs/Motivation\\_and\\_Personality-Maslow.pdf](http://s-f-walker.org.uk/pubsebooks/pdfs/Motivation_and_Personality-Maslow.pdf)> Acesso em: 6 de junho de 2019.

ROSE, Nikolas. Psicologia como uma ciência social. *Psicol. Soc.*, Porto Alegre , v. 20, n. 2, p. 155-164, Aug. 2008 . Disponível em:<[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-71822008000200002&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822008000200002&lng=en&nrm=iso)> Acesso em: 26 de maio de 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-71822008000200002>

SACRAMENTO, Igor; CRUZ, Camila da Silva. A patologização da obesidade: endereçamentos da moralidade corporal contemporânea em um programa de TV. In: \_\_\_\_; LERNER, Kátia; SACRAMENTO, Igor (Orgs.). **Saúde e Jornalismo: interfaces contemporâneas**. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2014.

SANTOS, Amanda; SANCHOTENE, Nicole. “**Gorda, sim! Maravilhosa, também!**”: do ressentimento à autoestima em testemunhos de vítimas de gordofobia no YouTube. In: \_\_\_\_; 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação — Intercom, 40, 2017, Curitiba. Anais...Curitiba: Intercom, 2017.

SIBILIA, Paula. **O show do eu : a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SUE, D. **Microagressions in Everyday Life: Race, Gender and Sexual Orientation**. Nova Jersey: John Wiley and Sons, 2010.

TURNER, Bryan S. The discourse of diet. **The body: Social process and cultural theory**. Londres: Sage, 1991.

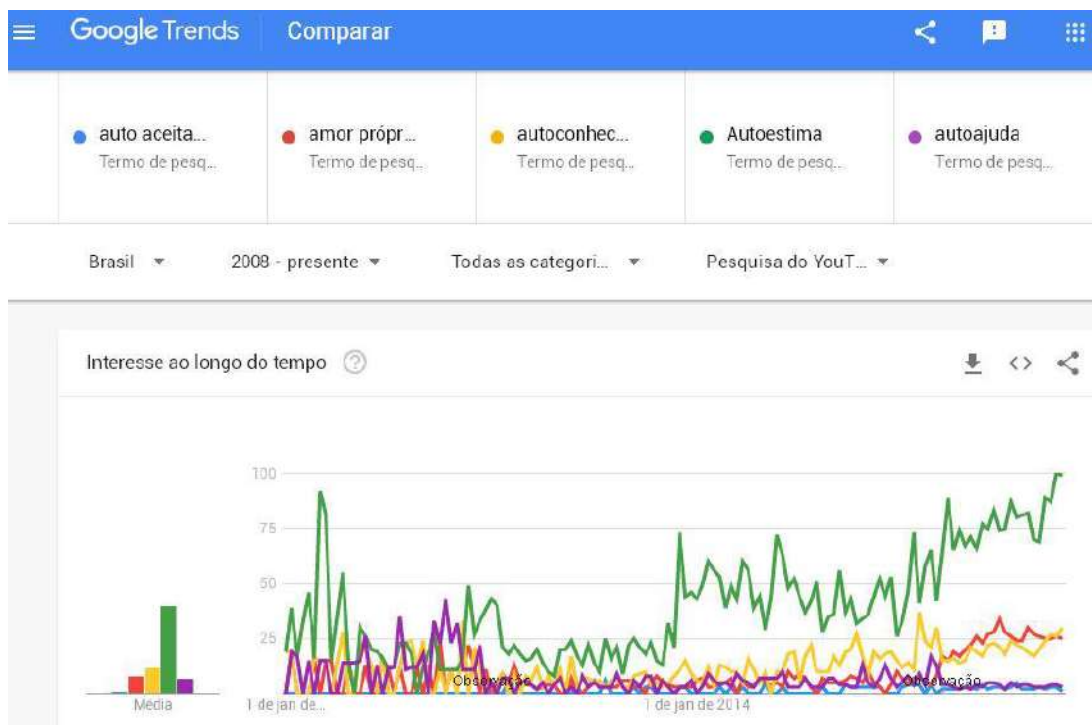
VAZ, Paulo; SANTOS, Amanda. Trauma, Identidade e Testemunho: Deslocamentos conceituais e a construção da subjetividade contemporânea. In: \_\_\_\_; **Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação- COMPÓS**, 26, 2017, São Paulo. Anais. São Paulo: Compós, 2017.

VAZ, Paulo. A vida feliz das vítimas. In: \_\_\_\_; FREIRE FILHO, J. (Org.). **Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2010, p. 135-164.

VIGARELLO, Georges. **As metamorfoses do gordo: História da obesidade no Ocidente da Idade Média ao século XX**. Petrópolis: Editora Vozes, 2012.

## 7. Apêndices

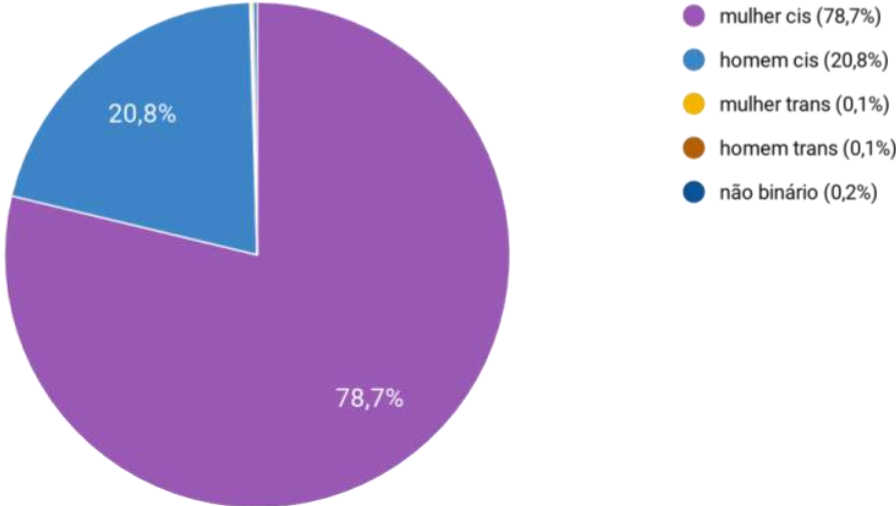
### APÊNDICE A: Comparação De Termos No Google Trends, feita no dia 08/04/2019.



**APÊNDICE B: Gênero**

**Gênero**

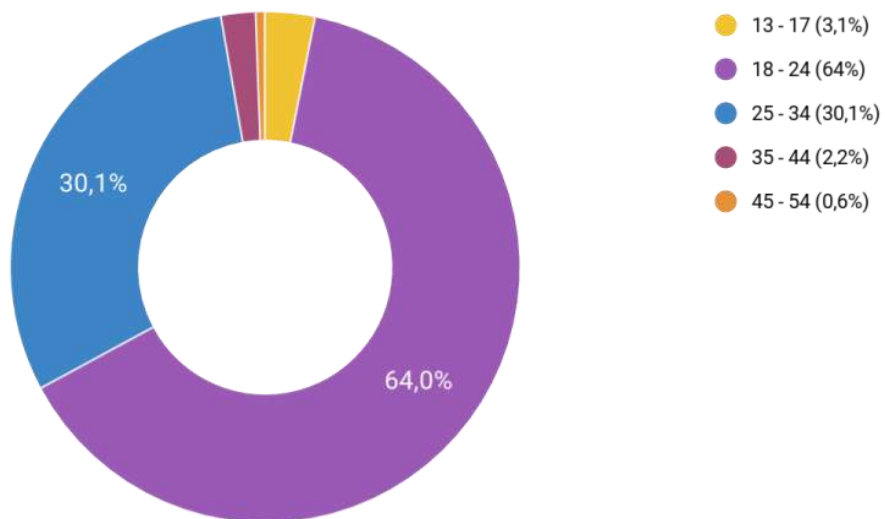
828 respostas



## APÊNDICE C: Faixa Etária

### Faixa etária

828 respostas

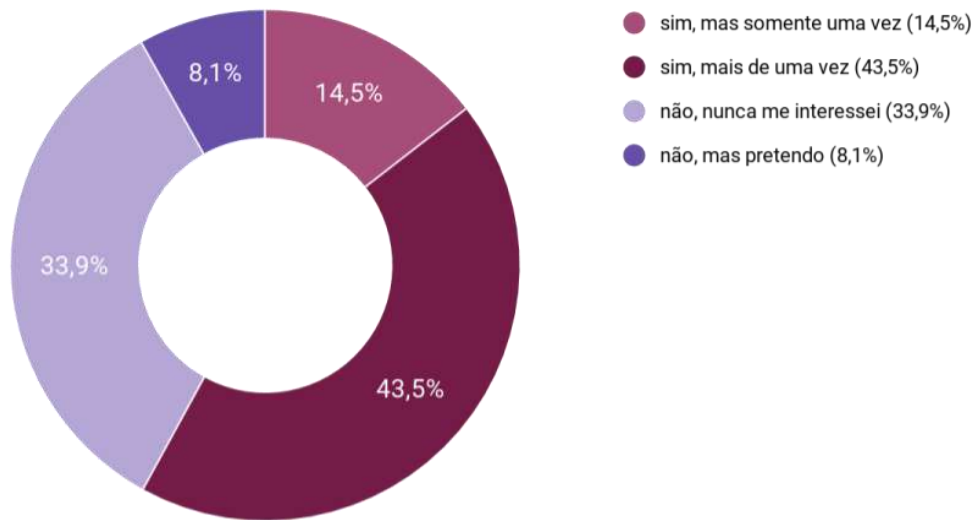




## APÊNDICE D: Já Pesquisou No Youtube Vídeos Sobre Autoestima?

Já pesquisou no Youtube vídeos sobre autoestima ou amor-próprio?

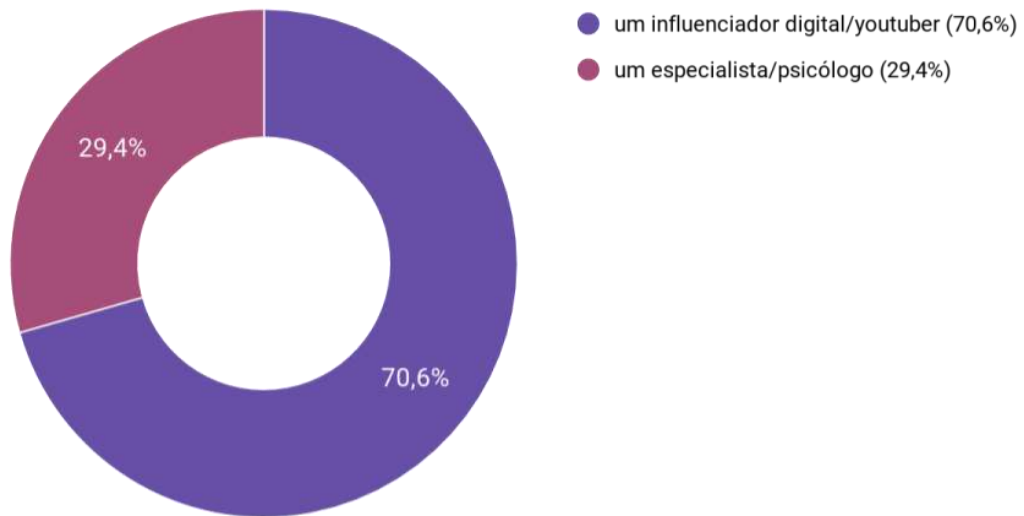
828 respostas



## APÊNDICE E: Quem Falava Sobre Esse Tema Nos Vídeos?

Quem falava sobre esses temas nos vídeos?

527 respostas



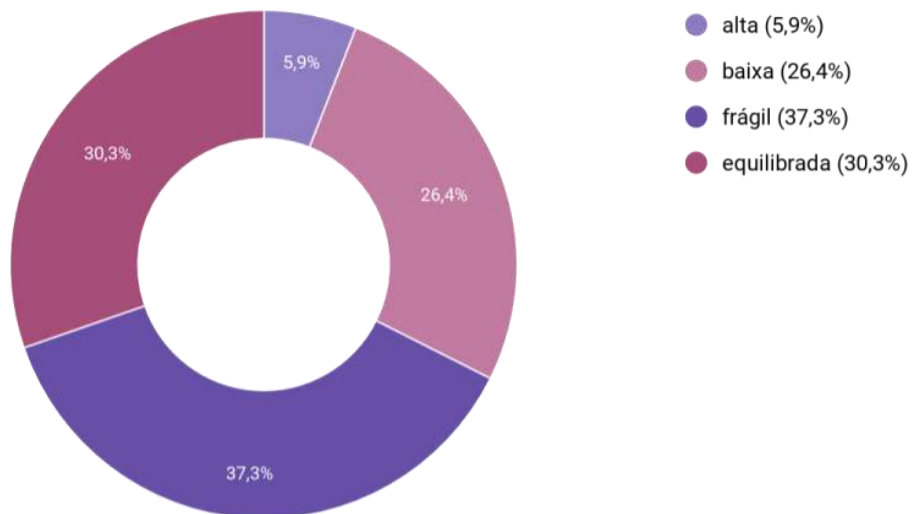
**APÊNDICE F: Principais Canais Do Youtube Procurados Sobre Autoestima**



## APÊNDICE G: Avaliação Da Autoestima

Como é a sua autoestima na maior parte dos dias?

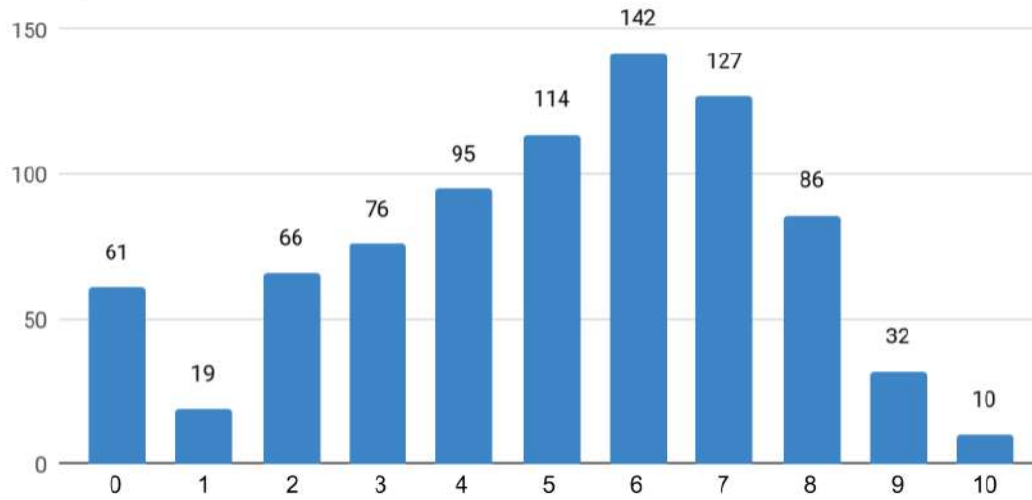
828 respostas



## APÊNDICE H: Nível De Satisfação Com O Próprio Corpo

De 0 a 10, o quanto você está satisfeito com seu próprio corpo?

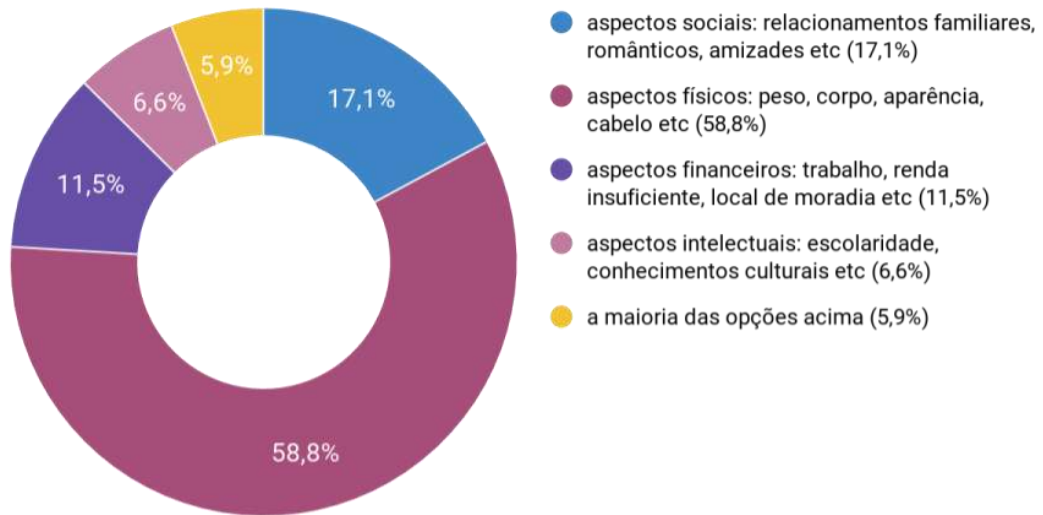
828 respostas



## APÊNDICE I: Aspectos Que Afetam A Autoestima

Qual grupo abaixo mais costuma afetar a sua autoestima?

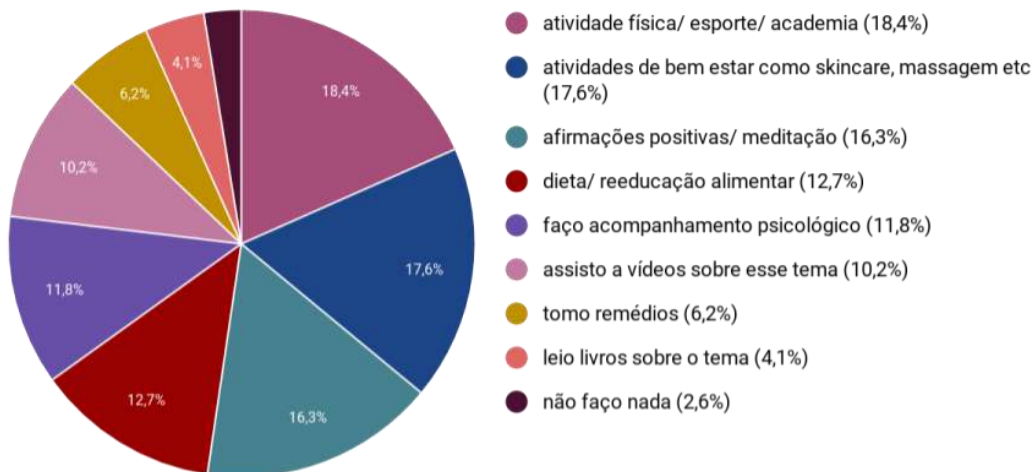
828 respostas



## APÊNDICE J: Ações Feitas Para Melhorar A Autoestima

Quais ações abaixo você faz para administrar a sua autoestima e amor-próprio?

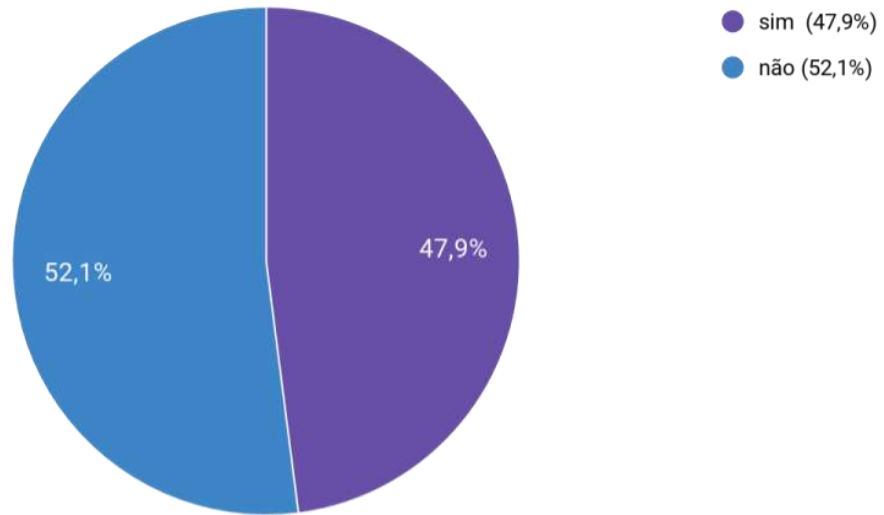
765 respostas (com mais de uma opção permitida)



## APÊNDICE K: Faz Ou Já Fez Terapia Psicológica?

Faz ou já fez terapia psicológica?

828 respostas

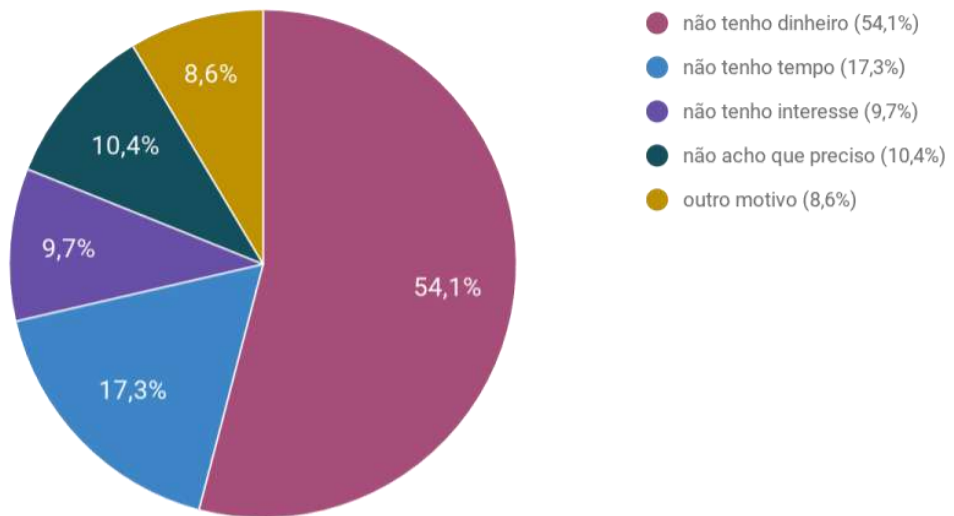




## APÊNDICE L: Caso Não, Por Qual Motivo?

Caso não, por qual motivo?

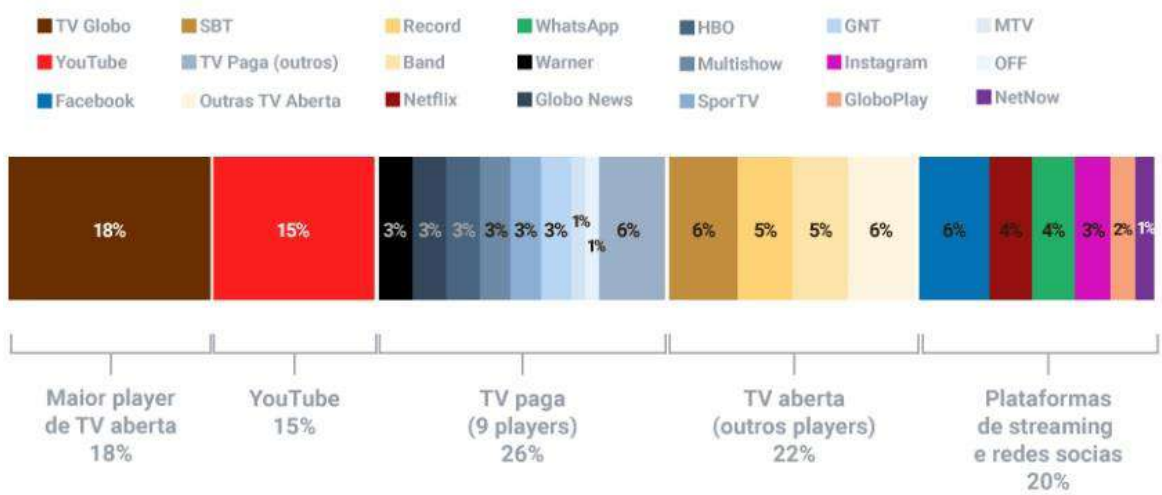
444 respostas



## 8. Anexos

### ANEXO A: Principais destinos dos consumidores de conteúdos audiovisuais

O YouTube já tem o **segundo maior share** de vídeos assistidos no Brasil.



Fonte: Video Viewers, Provokers 2018

## ANEXO B: A Pirâmide Maslow de motivações humanas



## TREINE SEM MEDO: UM CORPO DE MULHER JAMAIS FICA TÃO MUSCULOSO COMO O DE UM HOMEM

Quando Madonna sobe ao palco e se entrega a uma frenética movimentação, seus músculos se revelam, fortes e definidos. São eles aliás que permitem à popstar resistir ao ritmo de seus shows. O preço de tanta energia está numa rotina de exercício, exercício e exercício, praticada desde 1988. Aos 36 anos, levanta pesos, faz abdominais, corre 4 quilômetros e pedala outros 40, de duas a três horas, todos os dias.

Há pelo menos treze anos, a jornalista Lilian White Fibe convive com os pesos. "Sempre fiz musculação, associada a localizada, alongamento, ergométrica e esteira rolante", revela. Mas faz questão de lembrar: "Mulheres muito musculosas têm

corpo de rã", pontifica. "Faço um trabalho com pesos para ganhar tonicidade. Meu objetivo não é aumentar a massa muscular. De Madonna não quero nem o bíceps nem o tríceps!"

Para viver a guerreira Sarah, mulher de corpo atlético, disposta a tudo para salvar a vida de seu filho no filme *O Exterminador do Futuro 2*, a atriz Linda Hamilton passou por uma verdadeira transformação. Sua casa foi invadida por barras e halteres e sua rotina, durante três meses, se limitou à mais intensa malhação. Orientada por Tony Cortes, um dos *personal trainers* mais requisitados na Califórnia, treinava três horas seguidas, seis vezes por semana, numa disciplina de atleta em véspera de Olimpíadas. Não foi em vão: seu corpo, ainda em fase de recuperação do parto de seu filho, então com 8 meses, mudou radicalmente. Linda ganhou uma musculatura sensualmente marcada. Linda virou Sarah em pouco mais de noventa dias.

SE VOCÊ ACHA QUE MUSCULAÇÃO É COISA de fisiculturista e que pode lhe roubar a feminilidade, eis aí três bons exemplos para acabar com o preconceito. São belas mulheres, com músculos mais ou menos desenhados, mas que transpiram sensualidade. Foi-se o tempo em que a sala de aparelhos era exclusividade masculina. Segundo Flávio Settani, coordenador da academia Formula, em São Paulo, hoje as mulheres representam 50% dos praticantes assíduos da musculação. Com certeza elas descobriram o que Linda, Madonna e Lilian já sabiam há tempos: o efeito desse tipo de exercício é muito diferente nas mulheres e o risco de se transformar numa espécie de Rambo só existe para quem associa a esse trabalho uma dieta específica e

abusar das drogas anabolizantes.

Mas, se Madonna é demais para você, tudo bem. Ela passou por um treinamento intenso e até hoje mantém uma rotina de muito exercício. O corpo forte como o dela exige uma dieta estrita, rica em proteínas (nutriente construtor muscular) e pobre em calorias (tudo o que não se transforma em gordura). Quando o objetivo é apenas esculpir a silhueta sem ganhar contornos avantajados, um programa de três sessões por semana na sala das máquinas é mais que suficiente. "Esse é o esquema da maioria das mulheres. Praticando com disciplina, os resultados já aparecem em uma mês", afirma Settani. "Uma das vantagens da musculação é justamente moldar o corpo de acordo com os objetivos de cada aluno."

### SEM MEDO DE VIRAR RAMBO

Para ganhar volume e exibir biacromioclavicular como os do cantor, é preciso investir muito na malhação. E não as mulheres não são geneticamente privilegiadas quando se trata de músculos. "Três hormônios são responsáveis pela síntese de proteínas que constroem as fibras musculares", explica Paulo Zogail, especialista em medicina esportiva. "A testosterona, o principal deles, é produzida na glândula renal e nos testículos. A mulher, obviamente, tem menos testosterona que o homem — cerca de dez vezes menos", explica Zogail. E essa diferença é fundamental na construção dos músculos. Sem esquecer ainda que a própria constituição física favorece a privilégio a gordura — nesse caso, tem em média 10% a mais de gordura que o corpo masculino.

#### Como crescem os músculos

Quando submetemos nossos músculos a um esforço intenso através dos exercícios de musculação, há uma degradação das fibras musculares. Durante o repouso, o organismo se recupera, restaurando a musculatura, o que acontece a massa como um todo. Mas, para que esse processo aconteça, precisa ter uma dieta rica em proteínas. Explica a musculatura corporal a formada proteínas e

qualquer recomposição exige a presença desse nutriente construtor na circulação. Um bom tempo de repouso também é condição necessária para o crescimento da musculatura. Um programa de musculação completo inclui ainda a prática de exercícios aeróbicos para eliminar os excessos de gordura corporal — camadas espessas de gordura camuflam a musculatura trabalhada.

MARÇO • 94 • CLÁUDIA

## ANEXO D: Revista Querida, edição de janeiro de 1971.

Consultor: Dr. Sérgio Bisaggio, cirurgião plástico

# OS FEIOS QUE NOS PERDOEM, MAS A BELEZA É FUNDAMENTAL

O culto à beleza é tão velho quanto a humanidade. Nos primeiros tempos, este conceito estava tão arraigado, que o belo era o bom e o feio era digno de desprezo. Esta ideia era tão preponderante entre os antigos, que até o século XIX, na Índia, apesar das proibições contidas no Corão, nos livros dos Vedas e nos Xartas, as crianças que nascessem com alguma deformação física deveriam ser eliminadas. Afogavam-nas então no leite ou banhavam o seio materno com algum veneno, de modo que os bebês morriam ao se alimentar. Em Esparta, o mesmo ocorria. Não era tolerada qualquer imperfeição do corpo, principalmente no sexo masculino. Era hábito lançar de uma rocha elevada as crianças que apresentassem qualquer problema. Na Grécia antiga, o Estado incentivava o culto à beleza. Nenhum outro povo, mais do que o grego, procurou exaltar a beleza humana em todos os seus diversos sentidos.

O mundo deu inúmeras voltas em torno do tempo e o conceito dos velhos sábios da humanidade vigora até nossos dias. E da idade da Pedra à era dos espaços siderais, a beleza continua seu reinado entre a primeira das virtudes humanas. Acontece que, hoje em dia, as crianças não mais são envenenadas, nem serão atiradas do alto da montanha. A técnica evoluiu em defesa do ser humano e, por tal motivo, ninguém mais pode encontrar uma desculpa válida para não ser bonito ou não ser feio.

Você nasceu com um nariz de papagaio que lhe dá complexos enormes. Ou tem pernas tortas e culotes, embora nunca tenha praticado equitação. Sua pele apresenta crateras mais visíveis que uma foto aérea da superfície lunar. Estes são alguns dos problemas que ocorrem a todo instante, resumo de longas divagações em torno da beleza da fulana ou sicrana. Mas ninguém mais é obrigado a carregar a vida inteira o peso de um defeito ou mesmo de uma pequena imperfeição física. A cirurgia plástica está aí para resolver esse e outros tantos problemas físicos, que muitas vezes ultrapassam sua faixa externa, atingindo o interior do ser humano, trazendo problemas de ordem psicológica. Daí a cirurgia plástica ter sido frequentemente chamada de cirurgia-milagre. Não

por seu aspecto puramente técnico, mas pelo seu lado psicológico, que elimina os traumas mais profundos, desde que esses estejam relacionados a deformidades físicas. Nestes casos, após a operação, há um resultado realmente fabuloso, devolvendo o indivíduo ao convívio de seu semelhante, completamente curado de seus complexos, seguro de si e com nova alegria de viver. Este é apenas um aspecto positivo da cirurgia plástica. Existem vários outros, sobretudo no mundo atual, onde a competição é grande em todos os terrenos. A obtenção de um maior equilíbrio emocional leva a uma estabilidade mais acentuada em todos os setores da vida. Quando a pessoa está consciente do problema a primeira coisa a ser feita é recorrer a um cirurgião plástico, que é a única pessoa que

Continua na página 60

Fonte: página 53